



**PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING INSTAGRAM  
DAN *BRAND IDENTITY* TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG KE SYNCHRONIZE FESTIVAL**

**SKRIPSI**

**KHAIRUL ADITIYA KURNIADI 1910111209**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA**

**2023**



**PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING INSTAGRAM  
DAN *BRAND IDENTITY* TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG KE SYNCHRONIZE FESTIVAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**KHAIRUL ADITIYA KURNIADI 1910111209**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Khairul Aditiya Kurniadi

NIM : 1910111209

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 14 Juni 2023  
Yang menyatakan,



Khairul Aditiya Kurniadi

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khairul Aditiya Kurniadi

NIM : 1910111209

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exculisve Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Media Sosial Marketing Instagram Dan *Brand Identity* Terhadap  
Keputusan Berkunjung ke Synchronize Festival**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 14 Juni 2023  
Yang menyatakan,



(Khairul Aditiya Kurniadi)

SKRIPSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING INSTAGRAM DAN *BRAND*  
*IDENTITY* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE  
SYNCHRONIZE FESTIVAL

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Khairul Aditya Kurniadi 1910111209

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 26 Juni 2023

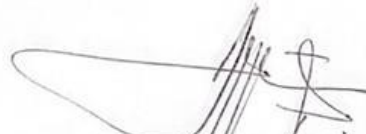
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



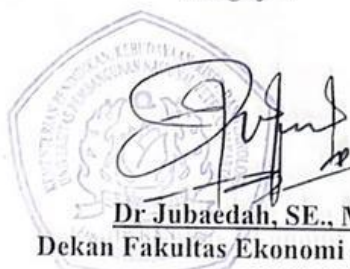
Dienni Ruhjatini Sholihah, SE. MM  
Ketua Penguji



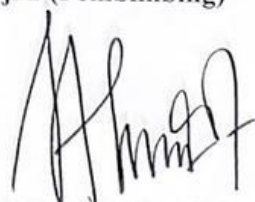
Jenji Gunaedia Argo SE, MM  
Penguji 1



Suharvati, SE, MM  
Penguji 2 (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Siti Hidavati, SE, MM  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 26 Juni 2023

# ***The Influence of Instagram Social Media Marketing and Brand Identity on the Decision to Visit Synchronize Festival***

By Khairul Aditiya Kurniadi

## ***Abstract***

*Synchronize Festival is a music festival from Indonesia that has been continuously developing since 2016 until now. The presence of innovation by Synchronize Festival led them to continue to increase the number of visitors each year. This study works with Synchronize Festival visitor respondents who had visited at least once. This study uses a quantitative method to determine and analyze the influence of Instagram social media marketing and brand identity on the decision to visit the Synchronize Festival. The sample used in this study is 100 respondents who live in DKI Jakarta. The data collection used a purposive sampling method, and then it was analyzed with descriptive and inferential analysis techniques using the SmartPLS 3.0 application. The results of this study then show that: (1) social media marketing Instagram has a positive and significant effect on visiting decisions (2) brand identity has a positive and significant effect on visiting decisions.*

***Keywords:*** Social Media Marketing, Instagram, Brand Identity, Decision to Visit, Synchronize Festival

# **Pengaruh Media Sosial Marketing Instagram Dan *Brand Identity* Terhadap Keputusan Berkunjung ke Synchronize Festival**

Oleh Khairul Aditiya Kurniadi

## **Abstrak**

Synchronize Festival merupakan festival musik yang terus mengalami perkembangan sejak tahun 2016 hingga saat ini. Hal ini dibuktinya dengan semakin meningkatnya jumlah pengunjung yang datang di setiap tahunnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk dapat mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh media sosial marketing Instagram dan *brand identity* terhadap keputusan berkunjung ke Synchronize Festival. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan 100 responden yang berdomisili di DKI Jakarta. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, data yang dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini kemudian menunjukkan bahwa: (1) media sosial marketing Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (2) *brand identity* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

**Kata Kunci:** Media Sosial Marketing, Instagram, *Brand Identity*, Keputusan Berkunjung, Synchronize Festival



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.uprvj.ac.id> Email : [puskom@uprvj.ac.id](mailto:puskom@uprvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2022/2023

Hari ini Senin, tanggal 26 Juni 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Khairul Aditiya Kurniadi**

No. Pokok Mahasiswa : **1910111209**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Media Sosial Marketing Instagram dan Brand Identity Terhadap Keputusan Berkunjung ke Synchronize Festival**

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus \***)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Ketua	1.
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota I	2.
3	Suharyati, S.E., M.M	Anggota II **)	3.

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 26 Juni 2023

Mengesahkan

A.n DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.



## PRAKATA

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Marketing Instagram dan *Brand Identity* Terhadap Keputusan Berkunjung ke Synchronize Festival”** dapat berhasil diselesaikan.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Siti Hidayati, SE., MM selaku Kaprodi S1 Manajemen beserta Ibu Suharyati, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini adalah hadiah yang penulis berikan untuk keluarga penulis Bapak Alimin, Ibu Rokhatin, dan Khairil Aditya Lazuardi atas segala bentuk cinta dan afeksi mereka sehingga dapat merasakan nikmat dan kebahagiaan dari semua proses yang dijalani selama ini. Selain itu, hanya ada ketulusan dan terima kasih yang dapat penulis sampaikan kepada Rifki, Deni, Rafly, Wildan, Iqbal, Gabriel, Gamal serta teman-teman Shonichi yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada Chiara Amelia Sunarto Putri atas kehangatan, keceriaan, dukungan, dan cintanya. Terima kasih untuk selalu percaya, semoga perasaan baik terus berdatangan serta menemukan hal-hal seru lainnya.

*To lead a better life I need my love to be here*, dengan perasaan sebenarnya ingin jalani sejujurnya penulis ingin tampil apa adanya, di bawah cahaya pohon-pohon rindang serta suara angin riuh berbisik dengan tenang.

Hidup adalah siklus tak berujung untuk mencicipi masa lalu ataupun masa mendatang. Tenang sebentar, mengendapkan uraikan simpul kacaunya, diam sebentar membedakan yang teringinkan dan dibutuhkan. Hidup itu sekali dan mati

itu pasti bisa jadi nanti atau setelah ini. Maka sudahlah sedihmu yang belum sudah segera mulailah, syukurmu yang pasti indah, berbahagialah.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sekarang maupun dimasa mendatang.

Jakarta, 14 Juni 2023

Khairul Aditiya Kurniadi

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
LEMBAR PERSUTUJUAN PUBLIKASI .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
PRAKATA .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	10
I.3 Tujuan Penelitian .....	10
I.4 Manfaat Penulisan .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
II.1 Landasan Teori .....	12
II.1.1 Manajemen Pemasaran .....	12
II.1.2 Keputusan Berkunjung .....	13
II.1.3 Media Sosial Marketing .....	16
II.1.4 <i>Brand Identity</i> .....	18
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	21
II.3 Model Penelitian Empiris .....	28
II.3.1 Media Sosial Marketing Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung .....	28
II.3.2 <i>Brand Identity</i> Terhadap Keputusan Berkunjung .....	28
II.4 Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	30
III.1.1 Definisi Operasional .....	30
III.1.2 Pengukuran Variabel .....	31
III.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	32
III.2.1 Populasi .....	32
III.2.2 Sampel .....	32
III.3 Teknik Pengumpulan Data .....	33

III.3.1	Jenis Data .....	33
III.3.2	Sumber Data.....	33
III.3.3	Pengumpulan Data .....	34
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	35
III.4.1	Analisis Deskriptif .....	36
III.4.2	Analisis Inferensial .....	37
III.5	Uji Hipotesis .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>43</b>
IV. 1	Deskripsi Objek Penelitian .....	43
IV. 2	Deskripsi Data Penelitian.....	45
IV.2.1	Deskripsi Data Responden .....	45
IV.3	Analisis dan Uji Hipotesis .....	47
IV.3.1	Analisis Deskriptif .....	48
IV.3.2	Analisis Inferensial .....	53
IV. 3. 3	Uji Hipotesis .....	59
IV. 4	Pembahasan.....	61
IV. 4. 1	Pengaruh Media Sosial Marketing Instagram terhadap Keputusan Berkunjung .....	61
IV. 4. 2	Pengaruh <i>Brand Identity</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	62
IV.5	Keterbatasan Penelitian.....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>64</b>
V.1.	Kesimpulan .....	64
V.2.	Saran .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....		66
RIWAYAT HIDUP.....		71
LAMPIRAN.....		72

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	26
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	31
Tabel 3. Skala Likert.....	34
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen.....	35
Tabel 5. Interpretasi Indeks Jawaban Responden .....	36
Tabel 6. Tingkat Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha. ....	41
Tabel 7. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	45
Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Kota Domisili .....	46
Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	46
Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	47
Tabel 11. Interpretasi Indeks Jawaban Responden .....	48
Tabel 12. Analisis Indeks Jawaban terhadap Keputusan Berkunjung .....	49
Tabel 13. Analisis Indeks Jawaban terhadap Media Sosial Marketing Instagram .....	50
Tabel 14. Analisis Indeks Jawaban terhadap Brand Identity .....	51
Tabel 15. Outer Loading Factor .....	55
Tabel 16. Fornell-Lacker Criterium .....	56
Tabel 17. Average Variance Extracted (AVE) .....	57
Tabel 18. Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 19. Q-square .....	58
Tabel 20. R-square .....	59
Tabel 21. Hasil Uji T Statistik.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Synchronize Radio.....	2
Gambar 2. #GigsStage yang di adakan di M-Bloc.....	3
Gambar 3. Jumlah Pengunjung Synchronize Festival.....	4
Gambar 4. Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia .....	5
Gambar 5. Media Sosial yang Paling Banyak dipakai di Indonesia pada tahun 2023.....	6
Gambar 6. Contoh Instastory dalam Media Sosial Instagram @synchronizefest...	7
Gambar 7. Contoh Instagram Post Akun Instagram @synchronizefest.....	8
Gambar 8. Model Penelitian Empiris.....	29
Gambar 9. Langkah-langkah Analisis PLS.....	37
Gambar 10. Konstruksi Diagram Jalur PLS.....	38
Gambar 11. Logo Synchronize Festival.....	44
Gambar 12. Hasil Pengujian Outer Model.....	54
Gambar 13. Inner Model.....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2. Tabulasi Data Media Sosial Marketing Instagram (X1).....	81
Lampiran 3. Tabulasi Data Brand Identity (X2) .....	84
Lampiran 4. Tabulasi Data Keputusan Berkunjung (Y) .....	87
Lampiran 5. Hasil Data Responden .....	90
Lampiran 6. Hasil Data Penelitian .....	92
Lampiran 7. Hasil Pengecekan Turnitin Final .....	98