

**PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN,
BRAND AWARENESS DAN *KEY OPINION LEADER*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
SAUSAGE KANZLER SINGLES
DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

AYU SEPTIANI FAUZIYAH

223402516123



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2026

**PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN,
BRAND AWARENESS DAN *KEY OPINION LEADER*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
SAUSAGE KANZLER SINGLES
DI JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

TUGAS AKHIR

AYU SEPTIANI FAUZIYAH

223402516123



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2026

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN, *BRAND AWARENESS* DAN *KEY OPINION LEADER* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA *SAUSAGE KANZLER SINGLES* DI JAKARTA SELATAN

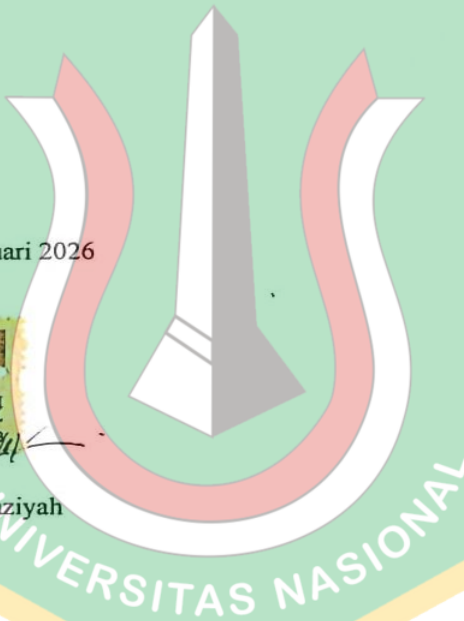
Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 10 Februari 2026



Ayu Septiani Fauziyah

223402516123



LEMBAR PERSEJUTUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN, *BRAND AWARENESS* DAN *KEY OPINION LEADER* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA *SAUSAGE KANZLER SINGLES* DI JAKARTA SELATAN

Nama Mahasiswa : AYU SEPTIANI FAUZIYAH

Nomor Pokok : 223402516123

Program Studi : MANAJEMEN



Jakarta, 10 Februari 2026

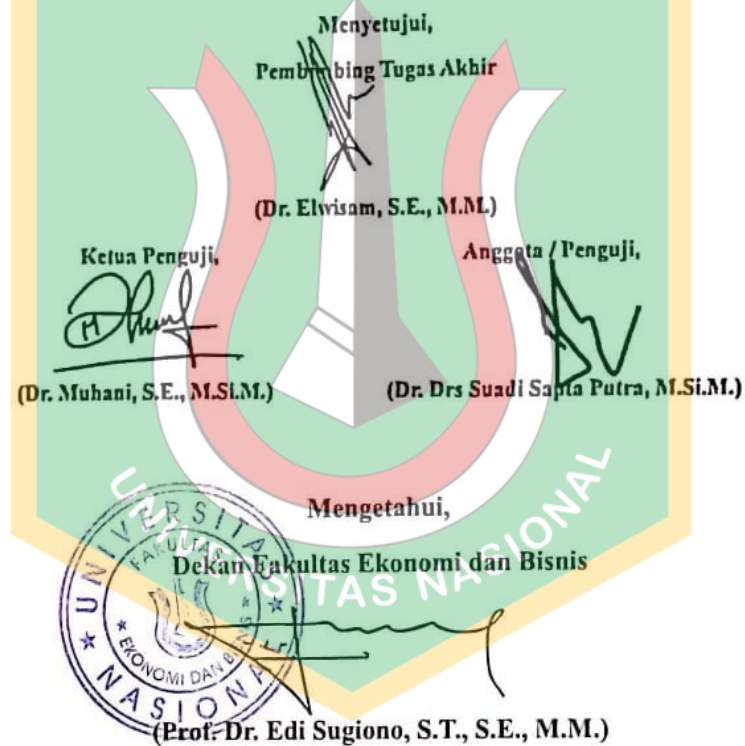
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN, *BRAND AWARENESS* DAN *KEY OPINION LEADER* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA *SAUSAGE KANZLER SINGLES* DI JAKARTA SELATAN

Nama Mahasiswa : **AYU SEPTIANI FAUZIYAH**

Nomor Pokok : 223402516123

Program Studi : MANAJEMEN



Jakarta: 10 Februari 2026

Tanggal Lulus: 4 Maret 2026

ABSTRAK

**PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN,
BRAND AWARENESS DAN *KEY OPINION LEADER*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
SAUSAGE KANZLER SINGLES
DI JAKARTA SELATAN**

Oleh:

Ayu Septiani Fauziyah

NPM: 223402516123

Tugas akhir, dibawah bimbingan Bapak Dr. Elwisam, S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi komunikasi pemasaran, *brand awareness* dan *key opinion leader* terhadap loyalitas konsumen *Sausage Kanzler Singles* di Jakarta Selatan. Data pada penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah membeli dan mengonsumsi produk *Sausage Kanzler Singles*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, sementara analisis data digunakan menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan perangkat lunak WarpPLS versi 8.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. *Key opinion leader* memiliki pengaruh yang paling dominan ($\beta=0,39$), diikuti dengan *brand awareness* ($\beta=0,30$) dan strategi komunikasi pemasaran ($\beta=0,26$). Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan strategi komunikasi pemasaran, penguatan *brand awareness* dan pemanfaatan *key opinion leader* dapat meningkatkan loyalitas konsumen *Sausage Kanzler Singles* di Jakarta Selatan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, *Brand Awareness*, *Key Opinion Leader*, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MARKETING COMMUNICATION STRATEGY, BRAND AWARENESS, AND KEY OPINION LEADER ON CONSUMER LOYALTY FOR KANZLER SINGLES SAUSAGE IN SOUTH JAKARTA

By:

Ayu Septiani Fauziyah

Student ID: 223402516123

Final Project, under the supervision of Mr. Dr. Elwisam, S.E., M.M.

This research aims to analyze the influence of marketing communication strategies, brand awareness, and key opinion leaders on consumer loyalty to Sausage Kanzler Singles in South Jakarta. The data in this study is primary data obtained thru the distribution of questionnaires to 100 respondents who have purchased and consumed Sausage Kanzler Singles products. Sampling was conducted using purposive sampling technique, while data analysis was performed using the SEM-PLS method with the help of WarpPLS version 8.0 software. The analysis results showed that the three independent variables had a positive and significant effect on consumer loyalty. Key opinion leader has the most dominant influence ($\beta=0.39$), followed by brand awareness ($\beta=0.30$) and marketing communication strategy ($\beta=0.26$). The findings of this study indicate that improving marketing communication strategies, strengthening brand awareness, and utilizing key opinion leaders can enhance consumer loyalty for Sausage Kanzler Singles in South Jakarta.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Brand Awareness, Key Opinion Leader, Consumer Loyalty.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	III
LEMBAR PERSEJUTUAN	IV
LEMBAR PENGESAHAN	V
ABSTRAK	VI
<i>ABSTRACT</i>	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR GAMBAR	XIV
DAFTAR TABEL	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
3. Tujuan Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
4. Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.
5. Strategi Komunikasi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
6. Brand Awareness	Error! Bookmark not defined.
7. Key Opinion Leader	Error! Bookmark not defined.
B. Keterkaitan Antar Variable Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Pengaruh Startegi Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.

3.	Pengaruh <i>Key Opinion Leader</i> Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.
C.	Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D.	Kerangka Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
E.	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
A.	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B.	Data Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Sumber Data dan Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
2.	Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.	Metode dan Alat Pengumpulan Data ...	Error! Bookmark not defined.
C.	Jenis Variabel yang Digunakan.....	Error! Bookmark not defined.
D.	Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
E.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Metode Analisis	Error! Bookmark not defined.
F.	Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
A.	Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.	Deskripsi Data Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.	Profil Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
3.	Deskripsi Responden	Error! Bookmark not defined.
4.	Deskripsi Data Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.	Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
6.	Analisis SEM PLS	Error! Bookmark not defined.
7.	Analisis Inferensial	Error! Bookmark not defined.
B.	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
1.	Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.
3.	Pengaruh <i>Key Opinion Leader</i> Terhadap Loyalitas Konsumen...	Error! Bookmark not defined.

BAB V KESIMPULAN DAN SARANError! Bookmark not defined.

A. KesimpulanError! Bookmark not defined.

B. Saran.....Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN.....Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 1 Digram Alur.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 3 Path diagram.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Tabel Skala Linkert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Hasil Loading Factor Data Deskriptif Variabel Strategi Komunikasi Pemasaran (X1)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Total Loading Factor Data Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> (X2)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Total Loading Factor Data Deskriptif Variabel <i>Key Opinion Leader</i> (X3)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Loading Factor Data Deskriptif Variabel Strategi Loyalitas Konsumen (Y)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Nilai Cross Loading	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Nilai Square Root Of Average Variance Extracted (AVE)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Nilai Cronbach's Alpha	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 Hasil uji kolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Nilai Kelayakan Model (Good of Fit Model)....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13 Nilai R-Square, Q-Predictive, Path Coefficient, P Values dan F-Size	Error! Bookmark not defined.

