

**PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI STRATEGI DIGITAL
MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
DAN LOYALITAS KONSUMEN**

ARTIKEL

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH:

WIDYA AFRIDA
2301103242

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2026**

LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

NAMA : WIDYA AFRIDA
NPM : 2301103242
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL ARTIKEL : PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI
STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DAN
LOYALITAS KONSUMEN

RANTAUPRAPAT, FEBRUARI 2026

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA



PRISTIYONO, SE, M.Si
NIDN. 0116118301

PEMBIMBING PENDAMPING



SYUKRON ARJUNA, S.E., M.Si
NIDN. 0121099503

n

MENYETUJUI:

DEKAN

KAPRODI MANAJEMEN

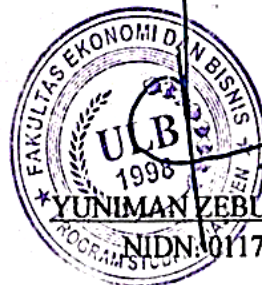
MENYETUJUI:

DEKAN

KAPRODI MANAJEMEN



Dr. Zulkarnain Nasution, SE., M.Si
NIDN. 0116087401



YUNIMAN ZEBUA, S.E., M.Si
NIDN. 0117067201

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL ARTIKEL

NAMA : _ WIDYA AFRIDA
NPM : _ 230110324
PROGRAM STUDI : _ S-1 MANAJEMEN
JUDUL ARTIKEL : _ PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN LOYALITAS KONSUMEN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi MANAJEMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan Skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, Februari 2026

Yang Membuat Pernyataan



WIDYA AFRIDA
NPM. 230110324

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena Kasih dan Rahmad-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan TUGAS AKHIR, yang penulis berjudul: “PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN LOYALITAS KONSUMEN”. Adapun tujuan penyusunan TUGAS AKHIR ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana MANAJEMEN (SM) pada program Studi MANAJEMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang telah banyak memberi dukungan baik materi maupun spiritual sehingga penulis dapat lebih semangat dalam menyelesaikan TUGAS AKHIR ini. Semua pihak yang memberikan bantuan berupa bimbingan maupun moral maupun material, yang terutama yang terhormat:

1. Bapak Assoc. Prof. Ade Parlaungan Nasution, SE, M.Si, Ph.D
Selaku Rektor Universitas Labuhanbatu
2. Bapak Dr. Zulkarnain Nasution, SE, M. Si, Selaku Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Muhammad Irwansyah Hasibuan, SE, M. Si, Selaku Wakil
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Bapak Yuniman Zebua, S.E., M.Si Selaku Ketua Program Studi
MANAJEMEN Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
5. Bapak Pristyono, S.E., M.Si Dosen Pembimbing Utama yang telah
menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu
pengetahuan kepada penulis.

6. Bapak Syukron Aruna, S.E., M.Si Pembimbing Pendamping yang telah menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Seluruh Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
8. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
9. Seluruh teman-teman satu angkatan prodi MANAJEMEN yang memberikan motivasi untuk dapat menyelesaikan TUGAS AKHIR.

Akhir kata penulis berharap semoga TUGAS AKHIR dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semua, sebagai bahan referensi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya di bidang studi MANAJEMEN.

Rantauprapat Februari 2026
Penulis



WIDYA AFRIDA