

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ERIGO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Univeritas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

SANDY ALDI PRASETYA

B100180137

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca dan mencermati Skripsi dengan Judul:

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ERIGO

Yang ditulis dan disusun oleh:

SANDY ALDI PRASETYA

B100180137

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 13 Januari 2022

Dosen Pembimbing



Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si
NIDN. 0616087401

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ERIGO**

Oleh:

SANDY ALDI PRASETYA

B100180137

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 13 Januari 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. **Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.**

(Ketua Dewan Penguji)

2. **Lukman Hakim, S.E., M.Si.**

(Anggota I Dewan Penguji)

3. **Drs. Kusdiyanto, M.Si.**

(Anggota II Dewan Penguji)

()
()
()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si
NIDN. 0616087401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Sandy Aldi Prasetya**

NIM : **B 100180137**

Jurusan : **Manajemen**

Judul Skripsi : **Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Erigo**

menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya buat dan saya serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri dan publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi. Seluruh sumber yang menjadi pendukung dalam karya saya ini telah dicantumkan sumbernya pada daftar pustaka. Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 13 Januari 2022

Penulis,

Sandy Aldi Prasetya

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari satu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, hanya kepada Tuhan yang berharap”

(Q.S *Al-Insyirah*:6-8)

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung, buat jalanmu sendiri dan tinggalkan jejak”

(Ralph Waldo Emerson)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrahim

Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang selalu memberi kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orang tua Sri Setiyo dan Ibu Harsini beserta kakak saya tercinta yang telah memberikan kasih sayang, nasihat dan masukan, serta selalu mendoakan yang terbaik.
4. Pembimbing Skripsi Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, SE, Msi. yang telah membimbing dalam penulisan skripsi.
5. Sahabat serta teman-teman semuanya yang telah memberikan semangat dan dukungan.
6. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *social media marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian Erigo. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang pernah melakukan pembelian produk Erigo dan jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan SPSS 25. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan *social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *social media marketing*, *brand awareness*, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of social media marketing and brand awareness on Erigo purchasing decisions. The population and sample in this study were students of Muhammadiyah University of Surakarta who had purchased Erigo products and the number of respondents as samples in this study were 120 respondents. Sources of data used in this study is primary data. Methods of data collection by using a questionnaire. Data analysis using SPSS 25. The results of the analysis in this study indicate that social media marketing has a significant effect on purchasing decisions and brand awareness has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *social media marketing, brand awareness, purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ERIGO”**. Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Sofyan Arif, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, S.E, M,Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Rini Kuswati, S.E, M.Si., selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, SE, Msi. selaku pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan masukan, bimbingan dan arahan dari awal penyusunan hingga terselesaikanya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf karyawan di Fakultas Ekonomi dan Binsis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Orang tua yang senantiasa mendukung saya serta atas limpahkan kasih saya yang telah diberikan.
7. Serta semua pihak yang memiliki peran dan arti dalam menyelesaikan skripsi ini namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

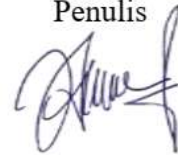
Semoga seluruh bantuan dan dukungan yang telah diberikan oleh yang telah disebutkan di atas dapat dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang berlipat.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak kekurangan yang perlu dibenahi karena keterbatasan kemampuan saya. Sehingga saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik dan dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 13 Januari 2022

Penulis



Sandy Aldi Prasetya

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| MOTTO..... | v |
| PERSEMBAHAN..... | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 5 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| A. Tinjauan Teori..... | 8 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 12 |
| C. Hipotesis..... | 14 |
| D. Kerangka Pemikiran..... | 16 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 18 |
| A. Jenis Penelitian..... | 18 |
| B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 18 |
| C. Data dan Sumber Data..... | 20 |
| D. Metode Pengumpulan Data..... | 20 |
| E. Desain Pengumpulan Sampel..... | 20 |

| | |
|--|----|
| F. Metode Analisis Data..... | 22 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 25 |
| A. Deskripsi Responden..... | 25 |
| B. Uji Instrumen Penelitian | 29 |
| C. Uji Asumsi Klasik | 30 |
| D. Uji Ketepatan Model | 32 |
| E. Uji Hipotesis..... | 34 |
| F. Pembahasan..... | 36 |
| BAB V KESIMPULAN | 41 |
| A. Kesimpulan | 41 |
| B. Keterbatasan Penelitian..... | 41 |
| C. Saran..... | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA | 43 |
| LAMPIRAN | 45 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Daftar 5 Brand Lokal Merambah Kancan Internasional Menurut Kemenparekraf..... | 4 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 12 |
| Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator | 19 |
| Tabel 4. 1 Deskripsi Jenis Kelamin..... | 26 |
| Tabel 4. 2 Deskripsi Usia..... | 26 |
| Tabel 4. 3 Deskripsi Uang Saku Dalam Sebulan | 27 |
| Tabel 4. 4 Deskripsi Fakultas..... | 28 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas..... | 29 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas..... | 30 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas | 31 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 31 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Heterokedastisitas..... | 32 |
| Tabel 4. 10 Ringkasan Model (R^2)..... | 33 |
| Tabel 4. 11 ANOVA | 33 |
| Tabel 4. 12 Koefisien | 34 |
| Tabel 4. 13 Rangkuman Hasil Uji t..... | 35 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Model Penelitian | 17 |
|------------------------------------|----|

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Kuesioner penelitian | 46 |
| Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden | 49 |
| Lampiran 3. Identitas Responden..... | 59 |
| Lampiran 4. Hasil Uji Validitas | 60 |
| Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas | 63 |
| Lampiran 6. Hasil Asumsi Klasik..... | 64 |
| Lampiran 7. Uji Ketetapan Model | 66 |
| Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis..... | 67 |