

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN  
*BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KOPI KENANGAN GALAXY MALL SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**Intan Yapthi Wijayanti**

**NPM : 19420106**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2023**

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Nama : Intan Yapthi Wijayanti  
Npm : 19420106  
Alamat : Jl. Karangrejo Timur Buntu 14  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AMBASSADOR, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN GALAXY MALL SURABAYA**” bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 21 Juni 2023

Yang membuat pernyataan


INTAN YAPTHI WIJAYANTI  
19420106

**SKRIPSI**  
**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN  
*BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI  
KENANGAN GALAXY MALL SURABAYA**

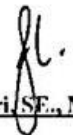
Diajukan Oleh :  
**INTAN YAPTHI WIJAYANTI**  
**NPM : 19420106**

**Susunan Dewan Penguji**

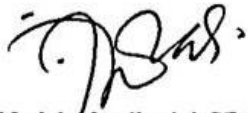
Sekretaris Tim Penguji / Pembimbing

  
**Dijo Dibandjo, SE., MM., M.Ak.**

Ketua Tim Penguji

  
**Lestari, SE., MM.**


Anggota Tim Penguji

  
**Dwi Indah Mustikorini, SE., MM.**

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Tanggal..... 1 Agustus 2023 .....

  
**Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.**

**Ketua Program Studi**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN  
*BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI  
KENANGAN GALAXY MALL SURABAYA**

**Diajukan oleh :**

**INTAN YAPTHI WIJAYANTI**

**NPM : 19420106**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



**DJOJO DIHARDJO, SE., MM., M.Ak.**

**Tanggal : 22-06-2023**

**KETUA PROGRAM STUDI**

**Dr.**



**DR. ADRIANTO TRIMARJONO, SE., MM.**

**Tanggal : 22-06-2023**

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT telah melimpahkan sebuah rahmat dan hidayah-Nya sehingga memberikan kekuatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN GALAXY MALL SURABAYA”** dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulisan skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu tidak lepas dari segala bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini dengan hati yang paling dalam, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario K. Sp., THT – KL., selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan M.M., M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Djojo Dihadjo, SE., M.M., M.Ak., selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu saya memberikan arahan dan nasihat dari awal perkuliahan.
5. Bapak Djojo Dihadjo, SE., M.M., M.Ak., selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan saran dan arahan serta meluangkan waktu untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.

6. Kepada orang tua dan kakak saya tercinta saya, ibu Nurul Azizah, bapak Edi Santosa, dan Danang Satrio Utomo yang telah mendoakan dan memberikan saya semangat serta kekuatan untuk menjalani hidup sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
7. Kepada sahabat saya Ita Rahmadini, Sabrina Hermanto Putri, Rosita Suci Fitriani dan Syahrul Ramadhan yang juga berperan penting dalam hidup saya karena telah memberikan semangat dan menemani saya dalam kondisi apapun serta memberikan dorongan untuk mengerjakan skripsi.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala informasi yang diberikan, dukungan, dan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan sehingga mohon maaf jika ada hal yang kurang berkenan bagi pembaca. Penulis juga mengharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca, agar nantinya dapat menjadi skripsi yang lebih baik lagi. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat dan membantu pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 21 Juni 2023

Intan Yapthi Wijayanti

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara langsung *Social Media Marketing* terhadap keputusan pembelian, *Brand Ambassador* terhadap keputusan pembelian dan *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian. selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menguji pengaruh secara tidak langsung *Social Media Marketing* terhadap *Brand Ambassador* dan *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen Kopi Kenangan Galaxy Mall Surabaya yang pernah membeli kopi kenangan minimal pembelian sebanyak dua kali. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *lemeshow* karena populasi tidak diketahui dengan hasil sebanyak 100 responden. pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan. Sumber data diperoleh melalui sebar kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Linear Berganda melalui *software* SPSS. Hasil dari pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *Brand Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci** : *Social Media Marketing, Brand Ambassador, Brand Awareness, Keputusan Pembelian.*

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the direct effect of Social Media Marketing on purchasing decisions, Brand Ambassadors on purchasing decisions and Brand Awareness on purchasing decisions. In addition, this study also aims to examine the indirect effect of Social Media Marketing on Brand Ambassadors and Brand Awareness on purchasing decisions. This study uses a type of quantitative research. The population of this study were consumers of Kopi Kenangan Galaxy Mall Surabaya who had purchased Kopi Kenangan at least twice. The number of samples is determined using the Lemeshow formula because the population is unknown with the results of 100 respondents. sampling using purposive sampling method with predetermined criteria. Source of data obtained through distributing questionnaires. The data analysis technique in this study uses Multiple Linear Analysis through SPSS software. The results of the tests that have been carried out show that Social Media Marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions, Brand Ambassadors have a positive and significant effect on purchasing decisions, Brand Awareness has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords** : *Social Media Marketing, Brand Ambassador, Brand Awareness, Purchase Decision.*



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II : TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 <i>Digital Marketing</i> .....	11
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i> .....	13
2.1.4 <i>Brand Marketing</i> .....	18
2.1.5 <i>Brand Ambassador</i> .....	19
2.1.6 <i>Brand Awareness</i> .....	22
2.1.7 Perilaku Konsumen .....	24
2.1.8 Keputusan Pembelian .....	25
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	30
2.3 Penelitian Sebelumnya .....	31
2.4 Model Analisis .....	34
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	35
3.2 Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi .....	35

3.2.2	Karakteristik dan Batasan Populasi .....	36
3.2.3	Sampel.....	36
3.3	Identifikasi Variabel .....	37
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	37
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	41
3.6	Prosedur dan Pengumpulan Data .....	42
3.7	Teknik Analisa .....	43
3.7.1	Uji Instrumen.....	43
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda .....	44
3.7.3	Uji F .....	45
3.7.4	Uji Koefisien Determinasi Berganda .....	46
3.7.5	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	46
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>47</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.1	Profil Kopi Kenangan.....	47
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	48
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	48
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	48
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	51
4.3	Analisis Model atau Pengujian Hipotesis .....	55
4.3.1	Uji Validitas .....	55
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	56
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
4.3.4	Uji F .....	58
4.3.5	Uji Koefisien Determinasi Berganda .....	59
4.3.6	Uji Hipotesis (Uji t).....	60
4.4	Pembahasan .....	61
4.4.1	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	61
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian...62	
4.4.3	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	62

<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	65
JADWAL PENELITIAN .....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	66
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	70

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Persentase Aplikasi Social Media .....	2
Gambar 2. Kedai Kopi Lokal Terfavorit .....	4
Gambar 3. Jumlah Followers Instagram Kopi Kenangan .....	5
Gambar 4. Jumlah Survey Konsumen Kopi Kenangan .....	6
Gambar 5. Model Analisis .....	34

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 2. Skor Skala Likert.....	43
Tabel 3. Karakteristik Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4. Karakteristik Usia.....	50
Tabel 5. Karakteristik Jumlah Transaksi .....	51
Tabel 6. Kelas Interval.....	52
Tabel 7. Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Sosial Media Marketing</i> .	52
Tabel 8. Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	53
Tabel 9. Tanggapan Responden Terkait Variabel .....	54
Tabel 10. Tanggapan Responden Terkait Variabel Keputusan Pembelian...	55
Tabel 11. Uji Validitas .....	56
Tabel 12. Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 13. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 14. Uji F.....	58
Tabel 15. Uji Koefisien Determinasi Berganda .....	59
Tabel 16. Uji Hipotesis (Uji t).....	60