

**SKRIPSI**

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN ELECTRONIC WORD  
OF MOUTH TERHADAP BRAND AWARENESS ACADEMY ZONE01  
CAMP**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Tahun Akademik 2023)**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen



**Diajukan Oleh :**

**MOCH. BASKORO PUTRA SUSILO**

**NPM : 21420147**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2026**

**SKRIPSI**

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN ELECTRONIC WORD  
OF MOUTH TERHADAP BRAND AWARENESS ACADEMY ZONE01  
CAMP**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Tahun Akademik 2023)**

**Diajukan oleh :**

**Moch. Baskoro Putra Susilo**

**NPM : 21420147**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



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

**Tanggal, 19 Feb '26**

**KETUA PROGRAM STUDI**



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

**Tanggal, 19 Feb '26**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN ELECTRONIC WORD**  
**OF MOUTH TERHADAP BRAND AWARENESS ACADEMY ZONE01**  
**CAMP**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Tahun Akademik 2023)**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**Moch. Baskoro Putra Susilo**  
NPM : 21420147

**Dosen Pembimbing**



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

**Anggota Dewan Penguji Lain**



**Wiwik Herawati, SE., M., SI**



**Dr. Adrianto Trimarjono. S.E., MM**

**Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan**

**Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen**

**Tanggal..... 19 Feb '26 .....**

**KETUA PROGRAM STUDI**



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertai digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya,.....

Yang membuat pernyataan



(Moch. Baskoro Putra Susilo)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND AWARENESS ACADEMY ZONE01 CAMP* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Tahun Akademik 2023)”** Tujuan penyusunan skripsi ini adalah guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengakui bahwa tanpa bantuan, dorongan serta motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini perkenankanlah penulis dengan segala kerendahan hati, mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dra. Ec. Pratiwi Dwi Karjati, SE., MM.CRA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE., MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dan Dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga serta pikirannya dalam memberikan bimbingan serta arahan kepada saya demi penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Husni Indrawati Wijaya P., SE., MM selaku Dosen Wali terima kasih atas bimbingannya selama perkuliahan.
5. Selaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu dalam memberikan solusi selama proses pengolahan data.
6. Untuk seluruh keluarga penulis, khususnya pada Ibu Mianah, Bapak Trisusilo, Kakak laki-laki Arfanda Satria Yudha, dan Kakak perempuan

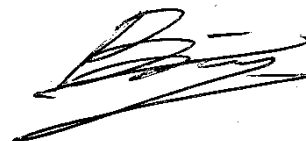
Vebi Andrianita Susilo yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Untuk Mas Andre Yoga Adi Saputra selaku pelatih IKS.PI KERA SAKTI Ranting Wiyung dan pendiri Academy ZONE01 Camp Surabaya terima kasih sudah menjadi inspirator terbaik bagi penulis dari awal masuk kuliah sampai pada tahap adanya UKM MMA di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dan penyelesaian skripsi ini.
8. Untuk Pak Cipta Rahayu, Pak Roni, Pak Andre, Mas Alfin terima kasih sudah menjadi partner dalam kemajuan UKM MMA Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang dimana setiap prosesnya bisa menjadikan ide buat penulis dalam kelancaran penyelesaian skripsi ini.
9. Untuk sahabat-sahabat Team UKM MMA Universitas Wijaya Kusuma Surabaya terima kasih selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk sahabat terbaik Bimantara Kristianto Adji, Farhan Pramudya Rahmadi, Hari Mashuda terima kasih sudah menjadi partner terbaik bagi penulis dalam segala hal dari dukungan, motivasi, dan doa sampai dengan penyelesain skripsi ini.

Penulis hanya dapat berdoa semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memberi kemurahan bagi berbagai pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, oleh karena nya saran dan kritik sangat bermanfaat.

Surabaya, .....

Yang membuat pernyataan



(Moch. Baskoro Putra Susilo)

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT .....	1
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah .....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Skripsi/Tesis .....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Teori Social Media Marketing .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Pengertian Social Media Marketing .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.2 Tujuan Social Media Marketing .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.3 Indikator Social Media Marketing .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Teori Electronic Word of Mouth .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.1 Pengertian Electronic Word of Mouth .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.2 Tujuan Electronic Word of Mouth .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.3 Karakteristik Electronic Word of Mouth ..	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.4 Indikator Electronic Word of Mouth .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Teori Brand Awareness .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1 Pengertian Brand Awareness .....	Error! Bookmark not defined.

2.1.4.2 Tujuan Brand Awareness .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.3 Karakteristik Brand Awareness .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.4 Indikator Brand Awareness .....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Hubungan Social Media Marketing terhadap Brand Awareness .	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Hubungan Electronic Word of Mouth terhadap Brand Awareness	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis dan Model Analisis .....	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Model Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Teknik Penentuan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Identifikasi Variabel .....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Definsi Operasional Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X <sub>1</sub> ) .....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Definsi Operasional Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X <sub>2</sub> ).....	Error! Bookmark not defined.
3.4.3 Definsi Operasional Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)	Error! Bookmark not defined.
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Jenis Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Sumber Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Prosedur Pengumpulan Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Analisis Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1.1 Uji Validitas .....	Error! Bookmark not defined.
3.7.1.2 Uji Realiabilitas .....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.

3.7.3.1 Uji Normalitas .....	Error! Bookmark not defined.
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas .....	Error! Bookmark not defined.
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	Error! Bookmark not defined.
3.7.4 Uji Regresi Linier Berganda .....	Error! Bookmark not defined.
3.7.5 Uji Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
3.7.5.1 Uji t .....	Error! Bookmark not defined.
3.7.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Sejarah Academy ZONE01 Camp.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Visi dan Misi Academy ZONE01 Camp ....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Struktur Academy ZONE01 Camp .....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Hasil Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.1 <i>Social Media Marketing</i> ( $X_1$ ) .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> ( $X_2$ ).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.3 <i>Brand Awareness</i> ( $Y$ ) .....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Analisis Data .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Uji Validitas .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Uji Realibilitas .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Uji Regresi Linier Berganda .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.4 Uji t .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	Error! Bookmark not defined.
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
4.5.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> ..	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
<b>BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN...</b>	Error! Bookmark not defined.
not defined.	

<b>5.1. Kesimpulan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.2. Saran.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.2.1. Saran Praktis .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.2.2. Saran Akademis.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.3. Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

- Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya .....**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 1 Data Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Tahun Akademik 2023.....**  
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel Skala Likert.....**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Dari Jenis Kelamin.....**  
Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Menurut Status Pernikahan**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 3 Kategori Jawaban Responden.....**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 4 Jawaban Responden Mengenai *Social Media Marketing*.....**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 5 Jawaban Responden Mengenai *Electronic Word of Mouth* .....**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 6 Jawaban Responden Mengenai *Brand Awareness***Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas .....**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 8 Hasil Uji Realibilitas .....**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 10 Hasil Analisis Uji t.....**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )..**Error! Bookmark not defined.

## DAFTAR GAMBAR

**Gambar 2. 1 Model Analisis.....Error! Bookmark not defined.3**

## DAFTAR LAMPIRAN

<b><u>LAMPIRAN 1 KUESIONER</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>LAMPIRAN 2 PENELITIAN TERDAHULU</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>LAMPIRAN 3 TABULASI DATA</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>LAMPIRAN 4 UJI VALIDITAS</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>LAMPIRAN 5 UJI REALIBILITAS</u></b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b><u>LAMPIRAN 6 REGRESI LINIER BERGANDA dan UJI t</u></b> ...	Error! Bookmark not defined.

## ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mendorong pelaku usaha jasa, termasuk bidang pelatihan olahraga, untuk memanfaatkannya sebagai sarana pemasaran yang efektif. Academy ZONE01 Camp sebagai tempat pelatihan *combat sport* memanfaatkan media sosial dan *electronic word of mouth* (E-WOM) untuk meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *social media marketing* dan *electronic word of mouth* terhadap *brand awareness* Academy ZONE01 Camp. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Wijaya Kusuma Surabaya tahun akademik 2023, dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden yang ditentukan menggunakan teknik sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan indikator *social media marketing* (*informativeness, credibility, interactivity, advertising value*), *electronic word of mouth* (*volume of E-WOM, valence of E-WOM, E-WOM credibility, E-WOM quality, E-WOM intensity, dan user expertise*), serta *brand awareness* (*brand recognition, brand recall, top of mind awareness, dan brand dominance*). Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*, serta *electronic word of mouth* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness* Academy ZONE01 Camp. Secara simultan, *social media marketing* dan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness*. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang informatif, kredibel, interaktif, serta didukung oleh ulasan online yang positif dan berkualitas dapat meningkatkan kesadaran merek Academy ZONE01 Camp di kalangan mahasiswa.

**Kata kunci:** *social media marketing, electronic word of mouth, brand awareness, combat sport, Academy ZONE01 Camp*

### **ABSTRACT**

*The development of social media has encouraged service businesses, including sports training institutions, to utilize digital platforms as effective marketing tools. Academy ZONE01 Camp, as a combat sport training center, uses social media and electronic word of mouth (E-WOM) to enhance brand awareness among university students. This study aims to analyze the effect of social media marketing and electronic word of mouth on brand awareness of Academy ZONE01 Camp. This research employs a quantitative approach using a survey method. The population of this study consists of students of Wijaya Kusuma University Surabaya academic year 2023, with a sample of 105 respondents selected using a sampling technique. Data were collected through a questionnaire developed based on the indicators of social media marketing (informativeness, credibility, interactivity, and advertising value), electronic word of mouth (volume of E-WOM, valence of E-WOM, E-WOM credibility, E-WOM quality, E-WOM intensity, and user expertise), and brand awareness (brand recognition, brand recall, top of mind awareness, and brand dominance). The data analysis techniques included validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis using statistical software. The results show that social media marketing has a positive and significant effect on brand awareness, and electronic word of mouth also has a positive and significant effect on brand awareness of Academy ZONE01 Camp. Simultaneously, social media marketing and electronic word of mouth have a significant effect on brand awareness. These findings indicate that informative, credible, and interactive digital marketing strategies, supported by positive and high-quality online reviews, can enhance the brand awareness of Academy ZONE01 Camp among university students.*

**Keywords: social media marketing, electronic word of mouth, brand awareness, combat sport, Academy ZONE01 Camp**