

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* SERTA DAMPAKNYA PADA
PURCHASE DECISION: STUDI PADA PENGGUNA LAYANAN *ONLINE*
FOOD DELIVERY DI JAKARTA**

FIKKA DIAZ AZZAHRA

1705617046



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND BRAND AWARENESS
ON PURCHASE INTENTION AND ITS IMPACT ON PURCHASE DECISIONS:
STUDY ON ONLINE FOOD DELIVERY SERVICES USERS IN JAKARTA***

FIKKA DIAZ AZZAHRA

1705617046



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

***Thisis Written as one of the requirements for getting Bachelor Degree of
Management on Faculty of Economics State University of Jakarta***

BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2022

ABSTRAK

Fikka Diaz Azzahra, 2022; Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Intention* serta dampaknya pada *Purchase Decision*: Studi pada pengguna layanan *Online Food Delivery* di Jakarta. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Suherman, M.Si dan Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M.

Penelitian ini bertujuan 1) untuk menguji pengaruh *social media marketing* terhadap *purchase intention*, 2) untuk menguji pengaruh *brand awareness* terhadap *purchase intention*, 3) untuk menguji pengaruh *purchase intention* terhadap *purchase decision*, 4) untuk menguji pengaruh *social media marketing* terhadap *decision*, 5) untuk menguji pengaruh *brand awareness* terhadap *purchase decision*, 6) untuk menguji pengaruh *social media marketing* terhadap *purchase decision* melalui *purchase intention* sebagai variabel *intervening*, 7) untuk menguji pengaruh *brand awareness* terhadap *purchase decision* melalui *purchase intention* sebagai variabel *intervening* pada pengguna layanan *online food delivery* di Jakarta. Metode pengumpulan data menggunakan survei dengan instrumen berupa kuesioner. Sampel penelitian ini adalah 200 responden pengguna layanan Shopee Food yang berdomisili di Jakarta yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali dalam kurun waktu satu bulan terakhir dan mengetahui akun sosial media Shopee Food. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 25 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari *software LISREL* versi 8.8. untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *social media marketing* dan *brand awareness* terhadap *purchase intention* serta dampaknya pada *purchase decision*, yang dimana *purchase intention* berperan sebagai variabel *intervening* dan memiliki peranan sebagai *partial mediating* dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Brand Awareness, Purchase Intention, Purchase Decision, Online Food Delivery, Shopee Food.*

ABSTRACT

Fikka Diaz Azzahra, 2022; The Effect of Social Media Marketing and Brand Awareness on Purchase Intentions and its impact on Purchase Decisions: Study on online food delivery service users in Jakarta. Thesis, Jakarta: Marketing Management Concentration, Bachelor Degree of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory Team: Dr. Suherman, M.Si and Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M.

This study aims 1) to examine the effect of social media marketing on purchase intention, 2) to examine the effect of brand awareness on purchase intention, 3) to examine the effect of purchase intention on purchasing decisions, 4) to examine the influence of media marketing on decisions, 5) to examine the effect of brand awareness on purchasing decisions, 6) to examine the effect of social media marketing on purchase decisions through purchase intention as an intervention variable, 7) to examine the effect of brand awareness on purchasing decisions through purchase intention as an intervention variable on online food delivery service users in Jakarta. The data collection method used a survey with an instrument in the form of a questionnaire. The sample of this research is 200 respondents who use Shopee Food services who live in Jakarta who have made purchases at least 2 times in the last one month and know Shopee Food's social media accounts. The data analysis technique used SPSS version 25 and SEM (Structural Equation Model) from LISREL software version 8.8. to process and analyze research data. The test results indicate that there is a significant influence between the variables of social media marketing and brand awareness on purchase intentions and on purchase decisions, where purchase intention acts as an intervening variable and has a role as a partial mediation in this study.

Keywords: *Social Media Marketing, Brand Awareness, Purchase Intention, Purchase Decision, Online Food Delivery, Shopee Food.*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd.
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.</u> NIP. 197002122008121001	Ketua Penguji		18 Januari 2022
2.	<u>Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M</u> NIP. 199308272020122024	Penguji 1		17 Januari 2022
3.	<u>Rahmi, S.E., M.S.M.</u> NIP. 198305012018032001	Penguji 2		18 Januari 2022
4.	<u>Dr. Suherman, M.Si.</u> NIP. 197311162006041001	Pembimbing I		07 Januari 2022
5.	<u>Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E. M.M.</u> NIP. 197206272006041001	Pembimbing II		07 Januari 2022

Nama : Fikka Diaz Azzahra
No. Registrasi : 1705617046
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 17 Januari 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali pada bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari beberapa sumber penelitian terdahulu secara jelas sesuai dengan norma dan kaidah penulisan ilmiah.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 07 Januari 2022

Yang membuat pernyataan



Fikka Diaz Azzahra

1705617046

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fikka Diaz Azzahra
NIM : 1705617046
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / S1 Manajemen
Alamat email : Diazazzahra95@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* serta dampaknya pada *Purchase Decision*: Studi pada Pengguna Layanan *Online Food Delivery* di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 07 Januari 2022


E0A.JX570050989
(Fikka Diaz Azzahra)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, karena atas rahmat, hidayah, dan karunia-nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Intention* serta dampaknya pada *Purchase Decision*: Studi pada pengguna layanan *Online Food Delivery* di Jakarta”** Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis dengan kerendahan hati ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Suherman, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa membimbing dan meluangkan waktu serta memberikan arahan bagi penulis selama proses pembuatan skripsi.
4. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa membimbing dan meluangkan waktu serta memberikan arahan bagi penulis selama proses pembuatan skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan segenap ilmu dan bantuannya selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Eko Budiyo dan Ibu Siti Musrifah serta Adik Muhammad Rayhan Fahrezzi, dan Keluarga penulis yang telah memberikan

doa, dukungan moral dan materiil, serta semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Ketua Sidang, Sekretaris serta Penguji Ahli yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi peneliti senantiasa menjadi lebih baik.
8. Sahabat saya Salsabila, Leni, Tisnaeny, Dinar, Fitri, Lucki, Elvira, Karlina, Ursula, Arum dan Aura yang selalu memberikan semangat, motivasi serta dukungan kepada penulis.
9. Muhammad Nurman Arief yang selalu memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.
10. Teman-teman kelas S1 Manajemen C 2017 yang senantiasa melewati suka dan duka bersama selama menjalani perkuliahan dengan saling memotivasi.
11. Dan pihak-pihak lain yang senantiasa mendukung penulis, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu dan telah membantu kelancaran dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka penulis secara terbuka menerima kritik dan saran dalam aspek konten maupun penulisan skripsi agar menjadi lebih baik. Penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi pembaca, maupun dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian berikutnya.

Jakarta, 17 Januari 2022

Fikka Diaz Azzahra

4768101033