PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN GEN Z (STUDI PADA DIGITAL OUT OF HOME ADVERTISING: VIDEOTRON)

NABILAH AFIFAH RASYA

1707620071

Mencerdaskan dan Memartabatkan Bangsa

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, AND PROMOTIONAL STRATEGIES ON PURCHASE INTENTION DECISIONS AND ITS IMPACT ON PURCHASING DECISIONS AMONG GEN Z (STUDY ON DIGITAL OUT OF HOME ADVERTISING: VIDEOTRON)

NABILAH AFIFAH RASYA

1707620071

Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa

This thesis was prepared to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor of Education Degree at the Faculty of Economics State University of Jakarta

BUSINESS EDUCATION STUDIES PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

ABSTRAK

Nabilah Afifah Rasya, Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan Strategi Promosi terhadap Niat Beli Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Kalangan Gen Z (Studi pada Digital Out of Home Advertising: Videotron), Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2024

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengetahuan baru dan menganalisis terkait pengaruh dari citra merek, kesadaran merek dan strategi promosi terhadap niat beli konsumen serta dampaknya pada keputusan pembelian di kalangan Gen Z dengan studi pada *Digital Out of Home Advertising: Videotron*. Jenis penelitian ini, yaitu penelitian kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarkan secara daring, dengan populasi yang digunakan adalah Gen Z yang berdomisili di DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 228 responden. Teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data yang terkumpul adalah uji validitas dan uji reliabilitas, dan uji hipotesis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* SmartPLS. Melalui teknik-teknik analisis tersebut didapat hasil bahwa seluruh indikator dalam pengujian sudah valid dan realibel dengan kata lain indikator yang tidak valid dan realibel tidak digunakan dalam uji selanjutnya, serta variabel kesadaran merek dan strategi promosi terdapat pengaruh signifikan terhadap niat beli, lalu variabel citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli, variabel citra merek dan kesadaran merek berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, lalu strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui niat beli, serta variabel kesadaran merek dan strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui niat beli.

Kata kunci: *Videotron*, citra merek, kesadaran merek, strategi promosi, niat beli, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Nabilah Afifah Rasya, The Influence of Brand Image, Brand Awareness and Promotional Strategy on Consumer Purchase Intentions and Their Impact on Purchasing Decisions Among Gen Z (Study on Digital Out of Home Advertising: Videotron), Thesis, Jakarta: Faculty of Economics, Jakarta State University, 2024

This research aims to gain new knowledge and analyze the influence of brand image, brand awareness and promotional strategies on consumer purchase intentions and their impact on purchasing decisions among Gen Z with a study on digital out of home advertising: videotron. This type of research, which is quantitative research with a survey method through a questionnaire distributed online, with the population used is Gen Z who lives in DKI Jakarta. The sampling technique used was purposive sampling technique with a total sample size of 228 respondents. The analysis techniques used to process the collected data are validity and reliability tests, and hypothesis testing using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS software. Through these analysis techniques, the results show that all indicators in the test are valid and reliable, in other words, indicators that are not valid and reliable are not used in further tests, and brand awareness variables and promotional strategies have a significant effect on purchase intentions, then brand image variables have an insignificant effect on purchase intentions, brand image variables and brand awareness have an insignificant effect on purchasing decisions, then promotional strategies have a significant effect on purchasing decisions, brand image variables have an insignificant effect on purchasing decisions through purchase intentions, and brand awareness variables and promotional strategies have a significant effect on purchasing decisions through purchase intentions.

Keyword: *Videotron, brand image, brand awareness, promotion strategy, purchase intention, purchase decision.*

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Dr. Osly Usman, M.Bus
NIP/NIDK	:	197401152008011008
Bertindak sebagai	:	Dosen Pembimbing I
Nama	:	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev.
NIP/NIDK	:	198507232010121002
Bertindak sebagai	:	Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama	:	Nabilah Afifah Rasya
No. Registrasi	:	1707620071
Program Studi	:	S1 Pendidikan Bisnis
Judul Proposal Penelitian	:	Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan Strategi Promosi terhadap Niat Beli Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Kalangan Gen Z (Studi pada Digital Out Of Home Advertising: Videotron).

Untuk Mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 18 Juni 2024

Dosen Pembimbing I

Dr. Osly Usman, M.Bus
197401152008011008

Dosen Pembimbing II

Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev.
198507232010121002

Mengetahui,
Koord. Program Studi Pendidikan Bisnis

Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd
NIP. 199302202019032022

Keterangan:
1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.
NIP 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah Fidyallah, S.Pd., M.Pd. NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		10 - Juli - 2024
2	Daru Putri Kusumaningtyas, SE., M.Han. NIP. 199504122023212041 (Penguji Ahli 1)		10 - Juli - 2024
3	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd. NIP. 198802142022032001 (Penguji Ahli 2)		09 - Juli - 2024
4	Dr. Osly Usman, M.Bus. NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)		10 - Juli - 2024
5	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev. NIP. 198507232010121002 (Pembimbing 2)		09 - Juli - 2024

Nama : Nabilah Afifah Rasya
No. Registrasi : 1707620071
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 4 Juli 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITIAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Nabilah Afifah Rasya
NIM	: 1707620071
Prodi	: Pendidikan Bisnis
Fakultas	: Fakultas Ekonomi
Judul Skripsi	: Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan Strategi Promosi terhadap Niat Beli Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Kalangan Gen Z (Studi pada Digital Out Of Home Advertising: Videotron).

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelarakademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain. Skripsi ini belum pernah di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerma sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, 01 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan

Nabilah Afifah Rasya

NIM. 1707620071

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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 : Nabilah Afifah Rasya
NIM : 1707620071
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : nabilah.rasya16@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 :

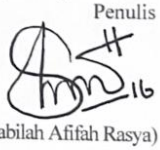
Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan Strategi Promosi terhadap Niat Beli Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Kalangan Gen Z (Studi pada Digital Out Of Home Advertising: Videotron)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif 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, 01 Agustus 2024
Penulis



(Nabilah Afifah Rasya)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji atas kehadirat Allah SWT karena atas nikmat dan rahmat ridhonya skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya dengan baik. Untuk itu, skripsi ini saya dedikasikan dengan penuh rasa syukur kepada diri saya sendiri, orang tua, orang terkasih, serta teman teman yang selalu memberikan dukungan dan bantuan dalam perjalanan penyelesaian skripsi ini.

Dan kepada Diri Sendiri, rasa syukur, bangga dan tentunya terima kasih yang tulus kepada diri sendiri atas ketekunan, dedikasi, dan semangat yang telah saya tanamkan dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya percaya bahwa dengan tekad dan ketekunan, saya berhasil mengatasi berbagai rintangan dan mencapai tujuan ini.

Kepada Orang Tua, terima kasih tak terhingga kepada orang tua tercinta saya atas cinta, dukungan, dan pengorbanan tanpa henti yang mereka berikan sepanjang perjalanan hidup saya. Pastinya tidak cukup hanya dengan kata terimakasih untuk membalas semua perjuangan mereka selama ini. Namun sekali lagi saya ucapkan, terima kasih telah selalu menjadi tiang penyangga, memberikan semangat, dan memberikan dorongan kepada saya dalam menghadapi segala tantangan. Saya tidak akan pernah bisa membayar segala pengorbanan dan doa yang Ayah dan Ibu berikan, namun saya berharap kesuksesan ini dapat menjadi kebanggaan bagi Ayah dan Ibu.

Kepada Orang Terkasih dan teman teman, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus karena tiada henti selalu memberikan dukungan, semangat, bantuan. Terima kasih telah berada di samping saya, memberikan motivasi dan keyakinan bahwa saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Tanpa kehadiran kamu, perjalanan ini tidak akan sama berartinya.

Pada lembar ini saya ungkapan terima kasih yang paling sederhana, namun penuh rasa tulus dan penghargaan. Semoga rasa terima kasih ini dapat menggambarkan sebagian kecil dari kebaikan yang telah diberikan. Terima kasih atas segalanya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur praktikan panjatkan kepada hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan karunia dan rahmat hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir atau skripsi yang berjudul **"Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Strategi Promosi terhadap Niat Membeli Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Kalangan Gen Z (Studi Pada Digital Out of Home Advertising: Videotron)"**. Naskah skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam menyelesaikan jenjang Sarjana pada Program Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Selama penyusunan skripsi ini, tentunya banyak sekali hambatan dan tantang yang dialami oleh penulis, namun terdapat pihak-pihak yang memberi dukungan, keyakinan, semangat, saran, dan bimbingan pada penulis sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan amanah ini dengan sebaik-baiknya. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih, kepada :

1. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis.
3. Bapak Dr. Osly Usman, M. Bus selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan memberikan bimbingan, arahan serta masukan kepada penulis pada proses penyusunan skripsi.

4. Bapak Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev. selaku Dosen Pembimbing Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan serta saran kepada penulis pada proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh anggota keluarga, terkhusus lagi kepada Bunda, Ayah, Adik dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan semangat, doa, serta dukungan kepada penulis.
7. Siti Sarah Nurul Ilmi dan Ananda Sekar Amalia yang telah membersamai sejak awal pengerjaan proposal sampai akhir skripsi
8. Orang-orang terkasih Aditya Ammar Dwiputra, Siti Sarah Nurul Ilmi, Ananda Sekar Amalia, Salma Putri Yulizar, Siska Amelia Putri, Rifqi Raihandhika, Misykatul Adawiyah, Muhammad Dhafinsyah, Salwa Rizki Ardani, Ajeng Picolla Ghaisani Salsabil, Putri Silvana, Arman Rafi Muhammad, Yazid Naufal, Rico Ramanda yang selalu menemani dan menguatkan selama ini.
9. Kak Markhamah Alianti dan Nabila Putri Maulida yang telah memberikan bimbingan dan saran kepada penulis sejak awal pengerjaan proposal sampai akhir skripsi.
10. Teman Pendidikan Bisnis yang memberikan banyak dukungan kepada penulis.
11. Dan terakhir untuk Nabilah Afifah Rasya, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah,

serta senantiasa menikmati setiap prosesnya. Terima kasih sudah bertahan sampai sejauh ini. Kamu hebat.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap kepada pembaca dapat memberikan saran dan kritikan yang membangun untuk digunakan di masa mendatang. Diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan dampak yang positif.

Terima kasih.

Jakarta, Juni 2024

Penulis

Nabilah Afifah Rasya

NIM. 1707620071