

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP  
*PURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING***

**(Studi Kasus pada Konsumen Kopi di Jabodetabek)**

**MITA OKTAVIANI**

**1707619071**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON  
PURCHASE INTENTION WITH BRAND IMAGE AS AN  
INTERVENING VARIABLE  
(A CASE STUDY OF COFFEE CONSUMPTION IN JABODETABEK)***

**MITA OKTAVIANI**

**1707619071**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

***This thesis is compiled as one of the requirements to obtain a Bachelor's Degree  
in Education from the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.***

***STUDY PROGRAM S1 BUSINESS EDUCATION***

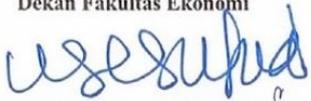
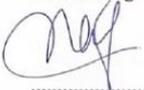
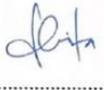
***FACULTY OF ECONOMICS***

***UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

***2024***

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
			
Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		29 Juli 2024
2	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji 1)		29 Juli 2024
3	Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D NIP. 198209082010122004 (Penguji 2)		29 Juli 2024
4	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 1)		29 Juli 2024
5	Rahmi, S.E., M.S.M NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		29 Juli 2024
Nama : Mita Oktaviani No. Registrasi : 1707619071 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 10 Juli 2024			

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

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini, saya Mita Oktaviani, menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli yang belum pernah digunakan atau diajukan untuk memperoleh gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tegas dinyatakan secara tertulis sebagai acuan dalam karya tulis dengan mencantumkan nama penulis dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik, berupa pencabutan gelar yang diperoleh atau menerima sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 29 Juli 2024

Pembuat Pernyataan,



**Mita Oktaviani**

NIM. 1707619071

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

# PERNYATAAN 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](http://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 : Mita Oktaviani  
NIM : 1707619071  
Fakultas/Prodi : S1 Pendidikan Bisnis  
Alamat email : mitaoktaviani10@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* terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Konsumen Kopi di Jabodetabek)

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, 29 Juli 2024

Penulis

(Mita Oktaviani)

## ABSTRAK

**MITA OKTAVIANI.** Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Konsumen Kopi di Jabodetabek). Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* terhadap *purchase intention* dengan *brand image* sebagai variabel *intervening*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang dibuat melalui Google Form. Sampel penelitian terdiri dari 203 responden yang berasal dari wilayah Jabodetabek, berusia 17 tahun ke atas, dan mengenal merek Toko Kopi Tuku. Analisis data yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis hasil penelitian menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, dan *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* melalui *brand image*.

**Kata Kunci:** *Social Media Marketing*, *Brand Image*, *Purchase Intention*, Toko Kopi Tuku

## **ABSTRACT**

**MITA OKTAVIANI.** *The Influence of Social Media Marketing on Purchase Intention with Brand Image as an Intervening Variable (A Case Study of Coffee Consumption in Jabodetabek).* Jakarta: Business Education Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, 2024.

*The purpose of this research is to determine the influence of social media marketing on purchase intention with brand image as an intervening variable. The data collection method used in this study was a survey conducted by distributing questionnaires created through Google Form. The research sample consisted of 203 respondents from Jabodetabek area, aged 17 years or older, and familiar with Tuku Coffee Shop. The data analysis used to process and analyze the research results was Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS to analyze. The results of this study indicate that social media marketing has an effect on brand image, brand image has an effect on purchase intention, social media marketing has an effect on purchase intention, and social media marketing has an effect on purchase intention through brand image.*

**Keywords:** *Social Media Marketing, Brand Image, Purchase Intention, Tuku Coffee Shop*

## LEMBAR PERSEMBAHAN

*"Life isn't about waiting for the storm to pass, it's about learning how to dance in the rain." — Vivian Greene*

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, saya ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan inspirasi dalam penulisan skripsi ini. Pertama-tama, saya panjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah menyertai perjalanan saya dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai bagian dari perjuangan meraih gelar sarjana pendidikan di Universitas Negeri Jakarta. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua dan keluarga tercinta, yang selalu hadir dengan dukungan moril, materiil dan doa yang tak ternilai harganya. Kepada Ibu Ika dan Ibu Rahmi, saya sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, arahan, serta kesabaran yang telah diberikan dalam membantu saya mengatasi berbagai tantangan hingga mencapai kesuksesan dalam penulisan skripsi ini. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden dan partisipan penelitian yang dengan sukarela meluangkan waktu serta memberikan tanggapan yang sangat berharga. Tanpa kontribusi mereka, penelitian ini tidak akan terwujud. Akhir kata, saya juga ingin berterima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan kontribusi dan bantuan dalam berbagai bentuk selama proses penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi para pembaca yang berkepentingan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas nikmat, berkat, rahmat, dan karunia-Nya yang telah memberikan segala kemudahan hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Konsumen Kopi di Jabodetabek)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penulisan skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang dengan ikhlas memberikan kontribusi, baik dalam bentuk pengetahuan, waktu, maupun dukungan moral. Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, dan permasalahan tersebut tidak dapat diatasi tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membimbing dan mengarahkan selama masa perkuliahan.
3. Ika Febrilia, S.E., M.M selaku dosen pembimbing utama yang dengan tulus telah meluangkan waktu, usaha, dan kontribusi intelektual yang besar dalam memberikan nasihat, arahan, rekomendasi, serta bantuan inspiratif kepada peneliti sepanjang penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas wawasan dan ilmu yang telah diberikan.
4. Rahmi, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing kedua, yang juga dengan tulus telah meluangkan waktu, usaha, dan pemikiran yang besar dalam memberikan bimbingan, arahan, nasihat, dan dukungan motivasi kepada

peneliti selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas wawasan dan ilmu yang telah diberikan.

5. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Program Studi Pendidikan Bisnis, yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan yang berharga selama masa kuliah.
6. Orang tua tercinta, kakak dan adik yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat dalam setiap langkah perjalanan peneliti. Kalian adalah sumber inspirasi dan kekuatan bagi penulis.
7. Hana Zahida, Erina Novita, Vya Rima, Rafi Kurniaji dan Nisalia Ningrum yang bersedia secara sukarela mengerahkan waktu dan tenaganya untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Gabriel Defthin, Wahyu Salsabila, Kirana Aufa sebagai sahabat peneliti yang menjadi saksi perjalanan hidup peneliti dan selalu menjadi sahabat yang suportif setiap saat, terima kasih atas kesabarannya yang begitu besar dalam menghadapi keluh kesah dan rahasia peneliti.
9. Arya Prasetyo sebagai sosok spesial yang selalu menemani peneliti dalam keadaan senang maupun sedih, selalu mendengarkan dan menyemangati dalam perjuangan mengerjakan skripsi ini.
10. Blackpink yang telah memberikan motivasi dan semangat melalui karyanya yang selalu menemani peneliti.
11. Azaria Rizka, Ridha Alfia dan teman-teman seperjuangan S1 Pendidikan Bisnis 2019 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, kalian telah menjadi keluarga baru dalam perjalanan kuliah peneliti. Dukungan, diskusi, dan semangat kalian menjadi pendorong bagi peneliti untuk terus berusaha dan berkembang.
12. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Terakhir, peneliti ingin berterima kasih kepada diri sendiri atas kehebatannya untuk terus berjuang, bersabar, dan tetap bersyukur selama menempuh asam garam kehidupan. Terima kasih sudah tetap bertahan dan

menjaga diri untuk tetap utuh, terima kasih karena tidak pernah menyerah ataupun berhenti dalam menebarkan kebahagiaan kepada sekitar.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dengan menambah pengetahuan, wawasan, serta pemahaman bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 10 Juli 2024



Mita Oktaviani

