

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* UPT PELAYANAN BAHASA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA (Survei pada mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta).**

**MUHAMMAD ABID AZIZI  
1702517017**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

***THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING ON BRAND  
AWARENESS UPT PELAYANAN BAHASA UNIVERSITAS  
NEGERI JAKARTA (Survey on Students of Universitas Negeri  
Jakarta)***

**MUHAMMAD ABID AZIZI  
1702517017**



**This Scientific Work was written to meet one of the requirements it gets  
Associate Degree in the Faculty of Economics, Jakarta State University.**

**DIII MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMICS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

## ABSTRAK

**Muhammad Abid Azizi, 2020; Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Brand Awareness* UPT Pelayanan Bahasa Universitas Negeri Jakarta (Survei pada mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Jakarta: Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.**

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Mengetahui gambaran umum *digital marketing* dan *brand awareness* UPT Pelayanan Bahasa UNJ. 2) Mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap *brand awareness* UPT Pelayanan Bahasa UNJ. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu dengan metode survey dengan cara menyebarkan kuesioner secara daring kemudian diolah menggunakan program SPSS 24. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan uji inferensial. Hasil yang didapat dari regresi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *digital marketing* terhadap *brand awareness* UPT Pelayanan Bahasa UNJ. Hal tersebut karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,246 > 1,661$ ) dan nilai sig atau *p-value*  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci:** *Digital marketing*, *Brand Awareness*, UPT Pelayanan Bahasa UNJ

## ***ABSTRACT***

**Muhammad Abid Azizi, 2020; *The Effect of Digital marketing on Brand Awareness UPT Pelayanan Bahasa Universitas Negeri Jakarta (Survey on Students of State University of Jakarta)* Karya Ilmiah, Jakarta: Marketing Management Study Program DIII, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.**

*The purpose of this study are: To know 1) Overview of digital marketing and brand awareness of UPT Pelayanan Bahasa UNJ. 2) The effect of digital marketing on brand awareness of UPT Pelayanan Bahasa UNJ. The technique used in data collection is the survey method by distributing questionnaires online and then processed using the SPSS 24 program. This research uses descriptive analysis and inferential test. The results obtained from the regression indicate that there is a positive and significant influence between digital marketing on brand awareness UPT Pelayanan Bahasa UNJ. It is because  $t_{count} > t_{table}$  ( $7,246 > 1,661$ ) and sig or p-value  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Digital marketing, Brand Awareness, UPT Pelayanan Bahasa UNJ*

# LEMBAR PERSETUJUAN

## Lembar Persetujuan Proposal Karya Ilmiah

### PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SEMINAR PROPOSAL KARYA ILMIAH

Mengetahui,

Koordinator Program Studi  
D3 Manajemen Pemasaran

Pembimbing

  
**Dra. Sholikhah, M.M**  
NIP : 196206231990032001

  
**M. Edo Survawan Siregar, S.E., M.B.A.**  
NIP : 196206231990032001

05 Agustus 2020

05 Agustus 2020

Nama : Muhammad Abid Azizi  
No. Registrasi : 1702517017  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

# LEMBAR PENGESAHAN

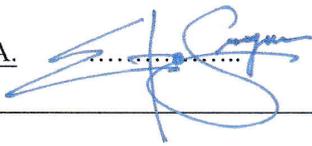
## Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

### LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
	Ketua Sidang		
1.	<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si.</u> NIP. 195702211985032002		25 Agustus 2020 .....
	Penguji Ahli		
2.	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001		26 Agustus 2020 .....
	Pembimbing		
3.	<u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.</u> NIP. 197201252002121002		26 Agustus 2020 .....
Nama : Muhammad Abid Azizi No. Registrasi : 1702517017 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 14 Agustus 2020			

Catatan: - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- Dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

# LEMBAR ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Abid Azizi

NIM : 1702517017

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul **“PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* UPT PELAYANAN BAHASA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA (Survei pada mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta).”** ini adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang diajukan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan



**Muhammad Abid Azizi**

NIM 1702517052

## **SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Abid Azizi  
NIM : 1702517017  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Negeri Jakarta**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* UPT PELAYANAN BAHASA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA (Survei pada mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta).**” beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Universitas Negeri Jakarta** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkatan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Muhammad Abid Azizi

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur dipanjatkan pada Allah SWT, Tuhan yang maha pengasih dan maha penyayang. Tak lupa selawat yang selalu tercurah untuk Nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat dan petunjuk dari Allah SWT peneliti dapat diberikan kekuatan, kesehatan, kemudahan, dan kesempatan sehingga dapat terselesaikannya penelitian ini yang berjudul Pengaruh *Digital marketing* Terhadap *Brand Awareness* UPT Pelayanan Bahasa UNJ (Survei pada Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta).

Karya ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyelesaian penelitian ini peneliti tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, bantuan, kritik, dan saran dari berbagai pihak yang terlibat langsung maupun yang tidak terlibat langsung. Oleh sebab itu peneliti dengan tulus ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran
3. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu praktikan dalam proses penulisan karya ilmiah ini.

4. Dr. Widya Parimita, SE., M.P.A selaku kepala UPT Pelayanan Bahasa UNJ telah memberikan izin kepada peneliti untuk menjadikan UPT Pelayanan Bahasa UNJ sebagai objek penelitian.
5. Ibu, Almarhum Ayah, Adik dan Kakak saya yang telah berjuang sehingga saya bisa berada di bangku pendidikan tinggi.
6. Shandy Aditya, BIB., MPBS., Tia Ristiawati M.Hum, Ursula Natalia, Giri Baskoro, Nabila Meliyanti, Ira Anggraini, Hestiyani Parai, Payumi, Desrina Dian, dan Dody Setiawan yang telah memberikan dukungan kepada peneliti
7. Dan teman-teman saya yang telah memberikan dukungan yang tulus untuk peneliti dan semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih peneliti atas kebaikan yang telah anda semua berikan selama ini.

Demikian karya ilmiah ini dibuat dengan sebaik-baiknya oleh peneliti. Semoga karya ilmiah ini memuat beragam informasi yang dapat bermanfaat. Dalam karya ilmiah ini peneliti menyadari adanya kekurangan. Oleh sebab itu, peneliti berharap mendapatkan kritik dan saran untuk memperbaiki kekurangan yang ada, sehingga karya ilmiah ini dapat berguna dengan baik.

Jakarta, 5 Agustus 2020

**Muhammad Abid Azizi**