

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI *BRAND AWARENESS* PADA EMINA COSMETIC**

(Studi Pada Pengikut Akun Instagram @Eminacosmetics)



Disusun oleh :

Indah Kartika Pratama Sari

20190410342

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI *BRAND AWARENESS* PADA EMINA COSMETIC**

(Studi Pada Pengikut Akun Instagram @Eminacosmetics)

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON INSTAGRAM TO
PURCHASE DECISIONS THROUGH BRAND AWARENESS AT EMINA
COSMETIC***

(Studies on Followers of Instagram Account @Eminacosmetics)



Disusun oleh :

Indah Kartika Pratama Sari

20190410342

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI *BRAND AWARENESS* PADA EMINA COSMETIC**

(Studi Pada Pengikut Akun Instagram @Eminacosmetics)

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON INSTAGRAM TO
PURCHASE DECISIONS THROUGH BRAND AWARENESS AT EMINA
COSMETIC***

(Studies on Followers of Instagram Account @Eminacosmetics)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Indah Kartika Pratama Sari

20190410342

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Indah Kartika Pratama Sari

Nomor Mahasiswa : 20190410342

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI BRAND AWARENESS PADA EMINA COSMETIC (Studi Pada Pengikut Akun Instagram @Eminacosmetics)** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 17 Maret 2023



Indah Kartika Pratama Sari

MOTTO

“Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu mengingkari (nikmat)-Ku.”

(Q.S Al;Baqarah : 152)

“Hidup itu bukan soal menemukan diri Anda sendiri, hidup itu membuat diri
Anda sendiri.”

(George Bernard Shaw)

"Jalanilah kehidupan di dunia ini tanpa membiarkan dunia hidup di dalam dirimu”

(Ali Bin Abi Thalib)

“Jika impian Anda tidak membuat Anda takut, mimpi itu belum cukup besar.”

(Muhammad Ali)

“Dima Bumi Dipijak, Disitu Langik Di junjuang”

(Pepatah Minang)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemampuan, kesehatan, rahmat serta hidayah-Nya dalam menyelesaikan penulisan skripsi dalam waktu yang telah ditentukan dan sebagai syarat dalam mendapatkan gelar sarjana. Meskipun penulisan pada skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan, namun penulis bersyukur dan mengungkapkan rasa terimakasih atas doa, usaha dan dukungan karena telah menyelesaikan skripsi pada waktu yang tepat.

Skripsi atau Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Orang-orang yang sangat saya sayangi dan hormati yakni kedua orang tua (Ratna Juita dan Apri Hasan), serta saudara-saudara yang saya cintai (Cipta, Intan dan Cristya) yang selalu memberikan dukungan berupa moril, materil serta mendoakan, memberi motivasi, semangat dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
2. Sahabat-sahabat terdekat dan seperjuangan saya yaitu Fita, Aisya, Bella, dan Sukma dan semua anggota kelas H angkatan 2019 yang telah membantu serta memberikan dorongan, ilmu serta pikiran dalam penyelesaian penulisan skripsi.
3. Teman-teman terdekat seperjuangan dari SMA yaitu Meilani, Putri, Amel, Tiara dan Nabila yang selalu memberikan dukungan, semangat dalam berbagi ilmu dunia dan akhirat dan selalu ada dalam suka dan duka.

4. Kepada semua teman-teman yang terlibat dalam menemani, memberikan dukungan yang tiada hentinya dalam melaksanakan penulisan skripsi ini dengan penuh sabar.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puji dan rasa syukur kepada Allah SWT yang memberikan rahmat , kemampuan, kesehatan dan hidayah-Nya untuk dapat mengerjakan dan menyelesaikan pembuatan laporan penelitian berupa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Awareness* Pada Emina Cosmetic (Studi Pada Pengikut Akun Instagram @emina.cosmetics”**.

Dalam rangka memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maka skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya meskipun terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam laporan penelitian ini berupa susunan kalimat, kata dan pembahasan dalam laporan penelitian ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta memberikan ide pada penelitian selanjutnya. Pelaksanaan dalam penelitian ini tidak terlepas dari dorongan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai sumber dan pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terimakasih sebanyak-banyaknya atas kerendahan hati serta ketulusan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto M.P., IPM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Nuryakin, SE., MM sebagai dosen pembimbing yang telah sabar dan berbaik hati dalam meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing dan mengarahkan dalam proses penyelesaian karya tulis skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan berbagai ilmu yang bermanfaat dalam penerapan penyelesaian karya tulis untuk menyelesaikan studi.
6. Keluarga terutama kedua orang tua yang selalu mendukung serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Maka dari itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 17 Maret 2023



Indah Kartika Pratama Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	v
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	19
PENDAHULUAN	19
A. Latar Belakang Penelitian	19
B. Perumusan Masalah	25
C. Tujuan Penelitian	26
D. Manfaat Penelitian	26
BAB II	28
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	28
A. Landasan Teori	28
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Pengembangan Hipotesis	41
D. Model Penelitian	45
BAB III	47
METODE PENELITIAN	47
A. Desain Penelitian	47
B. Objek dan Subjek Penelitian	48
C. Jenis data	48
D. Teknik Pengambilan Sampel	49
E. Metode Pengambilan Data	50

F.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	52
H.	Pengujian Hipotesis dan Alat analisis	55
BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	61
1.	Gambaran Umum Objek.....	61
2.	Gambaran Subjek Penelitian	62
3.	Hasil Pengumpulan Data	62
4.	Deskripsi Responden	63
B.	Uji Kualitas Instrumen.....	67
1.	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).	68
2.	Uji Reliabilitas	69
C.	Statistika Deskriptif.....	70
D.	Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis	75
1.	Pengembangan model secara teoristis.....	75
2.	Menyusun Diagram Jalur.....	76
3.	Mengubah Diagram Jalur Menjadi Persamaan Struktural	76
4.	Memilih Matriks Input untuk Analisis Data.....	77
5.	Menilai Identifikasi Model	79
6.	Menilai Kriteria <i>Goodness-of-Fit</i>	80
7.	Interpretasi dan model Modifikasi Model	81
E.	Pengujian Hipotesis	81
1.	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	82
2.	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	83
3.	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian	83
4.	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	85
BAB V	91
SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	91
A.	Simpulan	91
B.	Keterbatasan Penelitian	92
C.	Saran.....	92
Daftar Pustaka	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	45
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	76
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural	77
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalonobis Distance	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia	22
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	31
Tabel 3. 1 Simbol dan Skor Kuesioner Tabel Definisi Operasional dan Pengukuran	51
Tabel 3. 2 Tabel Definisi Operasional dan Pengukuran	52
Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data	63
Tabel 4. 2 Usia Responden	64
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir	65
Tabel 4. 4 Jenis Pekerjaan	65
Tabel 4. 5 Pengeluaran Per Bulan	66
Tabel 4. 6 Hasil Uji Confirmatory Factor Analysis.....	68
Tabel 4. 7Hasil Uji Reliabilitas Construct Reliability (CR)	69
Tabel 4. 8 Interpretasi Kelas Interval.....	71
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Social Media Marketing.....	71
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Brand Awareness	72
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel 4. 13 Hasil pengujian outliers	79
Tabel 4. 14 Note For Model	80
Tabel 4. 15 Hasil Uji Goodnes Of Fit.....	80
Tabel 4. 16 Hubungan Pengaruh Langsung Antar Variabel	82
Tabel 4. 17 Standardized Direct Effects	84
Tabel 4. 18 Standardized Indirect Effects	84
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	85