

**ANALISIS PENGARUH INSTAGRAM ADVERTISING TERHADAP
BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA ERIGO STORE**

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF INSTAGRAM ADVERTISING ON
BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, AND PURCHASE DECISION AT
ERIGO STORE***



Oleh :

Raditya Prabawa Buwana

20190410219

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN

Dengan Ini saya,

Nama : Raditya Prabawa Buwana

Nomor Mahasiswa : 20190410219

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH INSTAGRAM ADVERTISING TERHADAP BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ERIGO STORE”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan 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, 20 Mei 2023



Raditya Prabawa Buwana

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah juga atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Kesehatan, serta hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat wajib untuk memperoleh gelar Sarjana dalam waktu yang telah ditentukan. Penulis mengungkapkan rasa terima kasih atas do'a dan dukungan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini penulis persembahkan yang utama kepada kedua orang tua penulis yang telah senantiasa mendoakan, memberikan dukungan yang berarti serta besar berupa moril maupun materil, serta senantiasa memberikan semangat dan dorongan sehingga memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti mempersembahkan juga kepada Ibu Hasnah Rimiati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu menyempatkan waktu dan memberikan bimbingan serta arahan dengan sabar dalam proses menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Peneliti persembahkan juga kepada teman-teman yang selalu memberikan semangat serta dukungan baik itu tempat, materil, fasilitas, ataupun motivasi hingga skripsi ini dapat terselesaikan, yaitu Raffi Fahrizan, Falah, Lutfan, Haura Diva, Kevin Lukita, Kevin Dio, Alifah Dicka, Shinta Iswancoro, Efanía.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Wasyukurillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat beserta karunia-nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Pengaruh Instagram Advertising terhadap Brand Image, Brand Awareness, dan Keputusan Pembelian pada Erigo Store”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan yang diharapkan oleh penulis, walaupun dengan keterbatasan yang dimiliki

Penulis sangat menyadari dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dengan setulus hati kepada pihak-pihak yang telah membimbing serta membantu penulis selama penulisan skripsi ini, kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyo M.P., IPM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Si., Ak. CA., CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Hasnah Rimiati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta masukan.
5. Erlina Wati dan Harto Wibowo selaku orang tua yang selalu memberikan do'a dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, bantuan dan kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik serta saran sangat diperlukan untuk kesempurnaan karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 20 Maret 2023



Raditya Prabawa Buwana

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis.....	7
2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II	9
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Penurunan Hipotesis	29
D. Model Penelitian	35
BAB III	37
METODE PENELITIAN	37
A. Objek dan Subjek Penelitian	37
B. Jenis Data	37
C. Teknik Pengambilan Sampel	38

D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Identifikasi Variabel Penelitian.....	40
F. Definisi Operasional.....	41
G. Pengujian Instrumen.....	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas	44
H. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	45
BAB IV.....	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Karakteristik Responden.....	52
C. Uji Kualitas Instrumen	54
D. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	57
E. Pembahasan.....	81
BAB V.....	88
SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	88
A. Simpulan	88
B. Keterbatasan Penelitian.....	89
C. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Skala Likert	38
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	41
Tabel 3. 3 Godness of Fit	49
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	52
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	53
Tabel 4. 4 Pendapatan Responden	54
Tabel 4. 5 Uji Validitas	54
Tabel 4. 6 Uji Realiabilitas.....	56
Tabel 4. 7 Interpretasi Kelas Interval	57
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Instagram <i>Advertising</i>	58
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif <i>Brand awareness</i>	59
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif <i>Brand image</i>	60
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	62
Tabel 4. 12 Uji Normalitas Data	65
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Outer	67
Tabel 4. 14 Identifikasi Model Struktural	73
Tabel 4. 15 Menilai Godness of fit.....	73
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis Secara Langsung	76
Tabel 4. 17 Standardized <i>Direct Effect</i> (Group Number 1 Default Model).....	79
Tabel 4. 18 Standardized <i>Indirect Effect</i> (Group Number 1 Default Model)	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	36
Gambar 4. 1 Logo Erigo Store	50
Gambar 4. 2 Diagram Jalur	64
Gambar 4. 3 Persamaan Struktural.....	64
Gambar 4. 4 Hasil uji Bollen-Stine.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	52
Lampiran 2	55
Lampiran 3	56
Lampiran 4	57
Lampiran 5	58
Lampiran 6	60
Lampiran 7	61
Lampiran 8	62
Lampiran 9	66
Lampiran 10	71
Lampiran 11	73
Lampiran 12	73
Lampiran 13	76
Lampiran 14	79
Lampiran 15	79