

ANALISIS PENGARUH PEMASARAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* DI JEMBER STUDI KASUS RICH VILLAGE

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2023**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rr Aurel Nalini Majestika
NIM : 1810411060
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS DI JEMBER STUDI KASUS RICH VILLAGE*, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 21 Januari 2023

Yang menyatakan,



Rr Aurel Nalini Majestika

NIM. 1810411060



ANALISIS PENGARUH PEMASARAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* DI JEMBER STUDI KASUS RICH VILLAGE



Oleh :
Rr Aurel Nalini Majestika
18.104.11.060

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. Haris Hermawan, SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping


: Ahmad Izzudin, SE., MM.

PENGESAHAN


Skripsi berjudul: ANALISIS PENGARUH PEMASARAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* DI JEMBER STUDI KASUS RICH VILLAGE, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Rr Aurel Nalini Majestika
NIM : 1810411060
Hari : Sabtu
Tanggal : 21 Januari 2023
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Feti Fatimah, SE., MM
NPK : 1979052510709622

Anggota 1,



Dr. Haris Hermawan, SE., MM
NPK : 1968101011503640

Anggota 2,



Ahmad Izzudin, SE., MM
NPK : 1990100711605788

Mengesahkan :

Dekan,


Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,


A. Hasan Hafidzi, SE., MM
NPK : 19860514.1.1703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia serta melimpahkan segala nikmat kesehatan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Terimakasih yang tak terhingga kepada orang tua saya bapak Alm. R Heri Sugiono dan Ibu Anis Nuryati, dengan penuh kesabaran yang selalu membimbing, menemani dan memenuhi semua kehutuhan saya serta mencintai saya tanpa syarat. Terimakasih atas segala kerja kerasnya, dan merawat dengan susah payah dan penuh cinta dan kasih sayang.
3. Untuk ke 3 kakak kandung saya Rr. Septia Lany Hanum, R. Achmad Ryan Zakaria, Rr. Dinda Ayu Iryunisma , terimakasih atas kasih sayang, kebaikan, support yang kakak-kakak berikan kepadaku selama ini.
4. Teruntuk Mochammad Rizal Fathoni, terimakasih atas waktu yang selalu diberikan kepadaku, terimakasih sudah mendampingi aku sampai sekarang, terimakasih atas kebaikan , kasih sayang dan warna baru dalam hidupku.
5. Issabella saskia, Dyah Ambar Fatikasari, Novianti Ratna Pertiwi, Ayu Anggraeni, Arinda Maharani, dan teman – teman Tigakata Family yang aku sayangi, serta seluruh sahabat, teman temanku yang tidak bisa saya sebut satu persatu terimakasih telah menjadi teman dikala saya senang maupun duka.
6. Keluarga besar R. Isma'oen dan keluarga besar Syamsuri, terimakasih banyak atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Haris Hermawan, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi pertama yang telah sabar membimbing saya.
8. Bapak Ahmad Izzudin, SE., MM selaku dosen pembimbing kedua yang telah membimbing, memberikan nasehat kepada saya.
9. Bapak Ibu Dosen Ekonomi Manajemen yang telah memberikan ilmunya selama dibangku perkuliahan

MOTTO

“Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majelis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

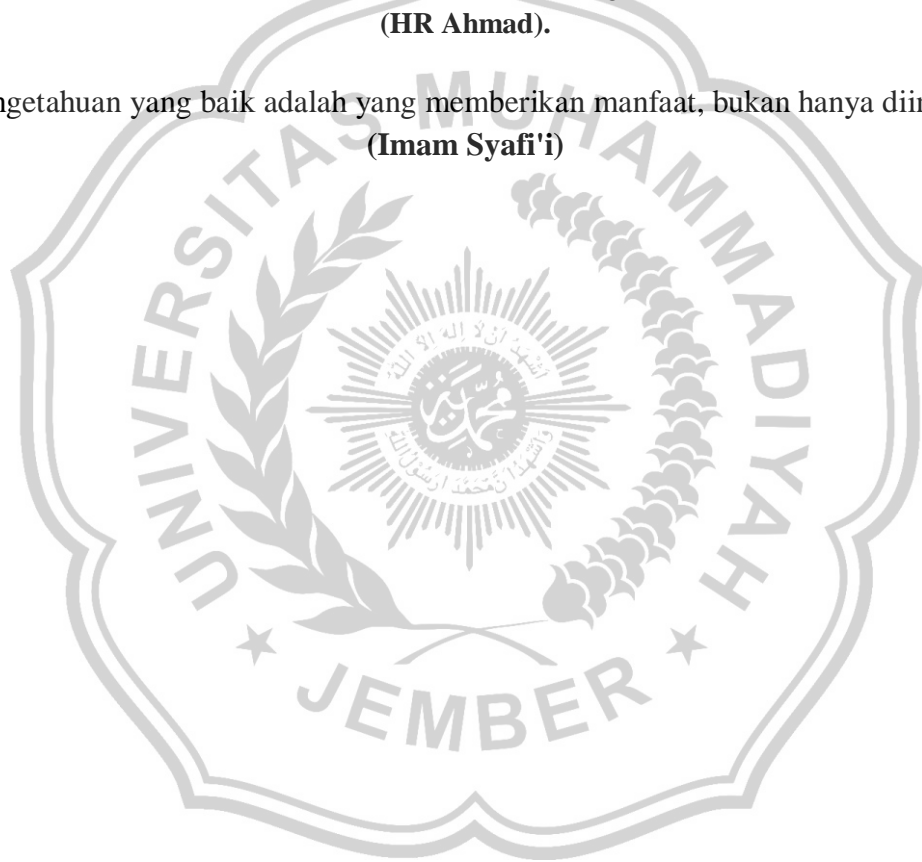
(QS. Surat Al-Mujadalah ayat: 11)

"Barangsiapa yang hendak menginginkan dunia, maka hendaklah ia menguasai ilmu. Barangsiapa menginginkan akhirat hendaklah ia menguasai ilmu, dan barangsiapa yang menginginkan keduanya (dunia dan akhirat) hendaklah ia menguasai ilmu,"

(HR Ahmad).

"Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat."

(Imam Syafi'i)



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS DI JEMBER STUDI KASUS RICH VILLAGE*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Srata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan ini penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Allah SWT atas ridho dan karunia-Nya serta nikmat yang tidak terhingga, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dr. Hanafi, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Ibu Feti Fatimah, SE., MM, selaku dosen penguji. Bapak Dr. Haris Hermawan, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi pertama yang telah sabar membimbing saya. Bapak Ahmad Izzudin, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi kedua yang telah sabar membimbing saya.
6. Seluruh Staff atau Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membantu dan memberikan segenap ilmunya.
7. Kedua orang tua, Bapak Alm R. Heri Sugiono dan Ibu Anis Nuryati yang sudah mendukung secara finansial dan mendampingi dengan tulus serta sabar.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

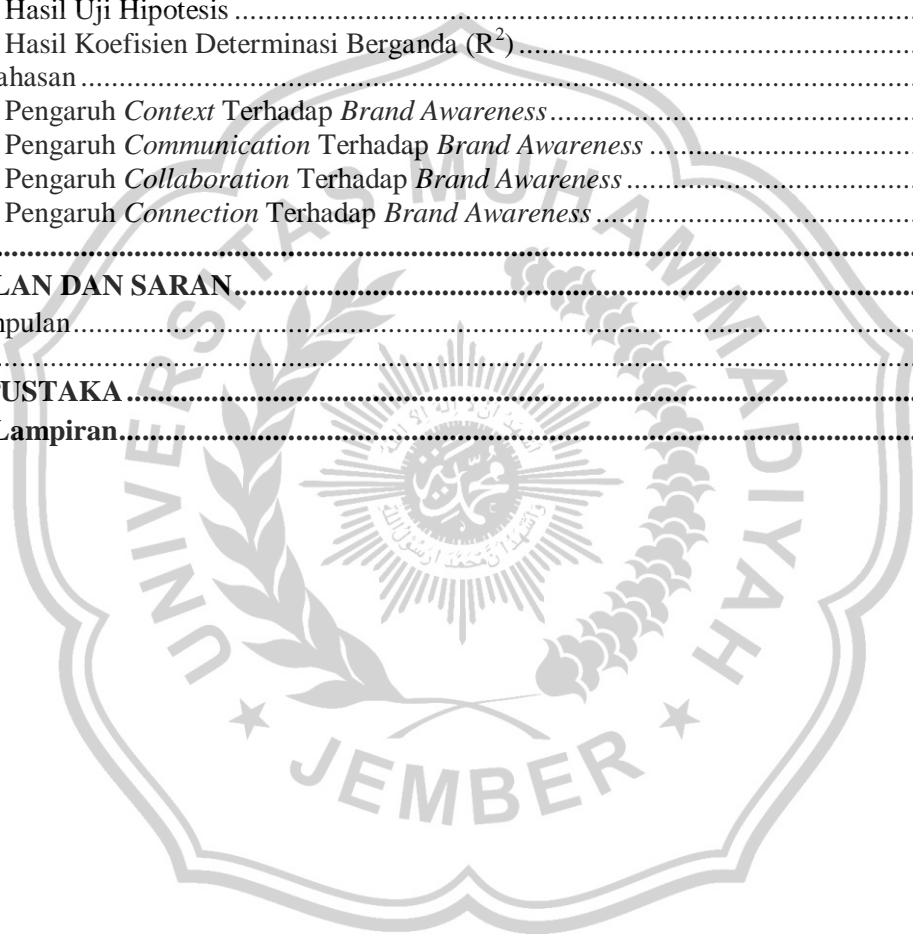
Jember, 21 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| PERNYATAAN | i |
| PENGESAHAN | iii |
| PERSEMBAHAN | iv |
| MOTTO | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| ABSTRAK | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan penelitian | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB 2 | 8 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Landasan Teori | 8 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran..... | 8 |
| 2.1.2 Konsep Pemasaran | 8 |
| 2.1.3 Perilaku Konsumen | 8 |
| 2.1.4 <i>Digital Marketing</i> | 9 |
| 2.1.5 <i>Brand awareness</i> | 11 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 12 |
| 2.3 Kerangka Konseptual | 14 |
| 2.4 Hipotesis | 14 |
| 2.4.1 Pengaruh <i>Context</i> Terhadap <i>Brand awareness</i> | 14 |
| 2.4.2 Pengaruh <i>Communication</i> Terhadap <i>Brand awareness</i> | 15 |
| 2.4.3 Pengaruh <i>Collaboration</i> Terhadap <i>Brand awareness</i> | 15 |
| 2.4.4 Pengaruh <i>Connection</i> Terhadap <i>Brand awareness</i> | 15 |
| BAB 3 | 17 |
| METODE PENELITIAN | 17 |
| 3.1 Identifikasi Variabel..... | 17 |
| 3.1.1 Variabel Independen | 17 |
| 3.1.2 Variabel Dependen..... | 17 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel | 17 |
| 3.3 Desain Penelitian | 18 |
| 3.4 Jenis Data | 19 |
| 3.4.1 Data Primer | 19 |
| 3.4.2 Data Sekunder | 19 |
| 3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel | 19 |
| 3.5.1 Populasi | 19 |
| 3.5.2 Sampel..... | 19 |
| 3.5.3 Teknik Pengumpulan Data | 19 |
| 3.6 Teknik Pengukuran Data | 20 |
| 3.7 Teknis Analisis Data | 20 |
| 3.7.1 Uji Instrumen Data..... | 20 |

| | |
|---|-----------|
| 3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 21 |
| 3.7.3 Uji Asumsi Klasik..... | 21 |
| 3.7.4 Uji Hipotesis | 22 |
| 3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 23 |
| BAB 4 | 24 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 24 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 24 |
| 4.1.1 Profil Perusahaan Rich village Jember | 24 |
| 4.2 Hasil Dan Pembahasan..... | 26 |
| 4.2.1 Hasil Uji Instrumen Data..... | 34 |
| 4.2.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 35 |
| 4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 36 |
| 4.2.4 Hasil Uji Hipotesis | 38 |
| 4.2.5 Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R^2) | 39 |
| 4.3 Pembahasan | 39 |
| 4.3.1 Pengaruh <i>Context</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i> | 40 |
| 4.3.2 Pengaruh <i>Communication</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i> | 40 |
| 4.3.3 Pengaruh <i>Collaboration</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i> | 41 |
| 4.3.4 Pengaruh <i>Connection</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i> | 42 |
| BAB 5 | 40 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 40 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 40 |
| 5.2 Saran..... | 40 |
| DAFTAR PUSTAKA | 41 |
| Lampiran-Lampiran..... | 47 |



DAFTAR TABEL

Tabel

| | | |
|------|--|----|
| 1.1 | Daftar Perumahan Rating Tertinggi Di Kota Jember 2021 | 3 |
| 1.2 | Hasil Pra-Survey Mengenai Brand Awareness Penghuni Rich Village Jember | 5 |
| 2.1 | Penelitian Terdahulu | 12 |
| 4.1 | Karakteristik Berdasarkan Mahasiswa umur | 25 |
| 4.2 | Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 25 |
| 4.3 | <i>Context</i> (X1) | 26 |
| 4.4 | <i>Context</i> (X1) | 26 |
| 4.5 | <i>Context</i> (X1) | 27 |
| 4.6 | <i>Context</i> (X1) | 27 |
| 4.7 | <i>Communication</i> (X2)..... | 27 |
| 4.8 | <i>Communication</i> (X2)..... | 28 |
| 4.9 | <i>Communication</i> (X2)..... | 28 |
| 4.10 | <i>Collaboration</i> (X3)..... | 29 |
| 4.11 | <i>Collaboration</i> (X3)..... | 29 |
| 4.12 | <i>Collaboration</i> (X3)..... | 29 |
| 4.13 | <i>Collaboration</i> (X3)..... | 30 |
| 4.14 | <i>Connection</i> (X4)..... | 30 |
| 4.15 | <i>Connection</i> (X4)..... | 31 |
| 4.16 | <i>Brand awareness</i> (Y)..... | 31 |
| 4.17 | <i>Brand awareness</i> (Y)..... | 32 |
| 4.18 | <i>Brand awareness</i> (Y)..... | 32 |
| 4.19 | <i>Brand awareness</i> (Y)..... | 32 |
| 4.20 | Hasil Uji Validitas..... | 33 |
| 4.21 | Hasil Uji Reliabilitas | 34 |
| 4.22 | Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 34 |
| 4.23 | Hasil Uji Normalitas..... | 35 |
| 4.24 | Hasil Uji Multikolonieritas | 36 |
| 4.25 | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 36 |
| 4.26 | Hasil Uji t | 37 |
| 4.27 | Hasil Uji Koefisien Determinasi R ² | 38 |

DAFTAR GAMBAR

Gambar

| | |
|---|----|
| 1.1 Data Perkembangan Digital di Indonesia | 1 |
| 1.2 Salah satu <i>contex</i> Rich Village Jember dalam bentuk pamflet | 4 |
| 1.3 Salah satu <i>communication</i> Rich Village Jember pada website | 4 |
| 1.4 Salah satu bentuk <i>collaboration</i> Rich Village Jember dengan tiket.com | 5 |
| 2.1 Kerangka Konseptual | 14 |
| 4.1 Rich Village Jember | 24 |
| 4.2 Struktur organisasi PT. Bernady Sukses Grup..... | 24 |



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Statistik Dekskriptif
3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
4. Hasil Uji Asumsi Klasik
5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
6. Surat Keterangan Penelitian
7. Dokumentasi

