

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AWARENESS* DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BARENBLISS (STUDI KASUS
MAHASISWA DI KABUPATEN JEMBER)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh : Dea Yuniar Firdaus
2110411074**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dea Yuniar Firdaus

NIM : 2110411074

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : "PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AWARENESS* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BARENBLISS (STUDI KASUS MAHASISWA DI KABUPATEN JEMBER)" adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika ada kutipan atau bagian yang saya ambil dari sumber lain, sudah saya cantumkan sumbernya dengan jelas. Skripsi ini belum pernah diajukan ke institusi mana pun sebelumnya dan bukan hasil plagiarisme atau jiplakan dari karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik atau konsekuensi hukum jika di kemudian hari terbukti ada pihak yang dirugikan akibat pernyataan ini tidak benar.

Jember, 21 Maret 2025

Yang menyatakan,



Dea Yuniar Firdaus

2110411074

SKRIPSI

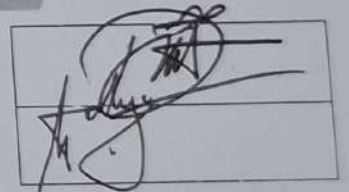
PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AWARENESS* DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BARENBLISS (STUDI KASUS
MAHASISWA DI KABUPATEN JEMBER)



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Achmad Hasan Hafidzi SE.,MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Wahyu Eko Setianingsih SE.,MM

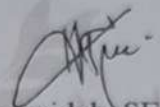


PENGESAHAN

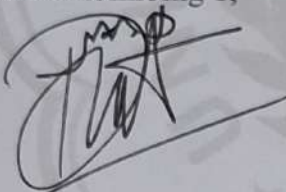
Skripsi berjudul : Pengaruh *Digital Marketing*, *Brand Awareness* dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Barenbliss (Studi Kasus Mahasiswa di Kabupaten Jember), telah melalui proses ujian dan secara resmi disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 31 Mei 2025
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

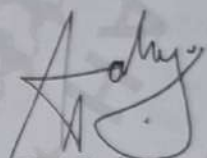
Tim Penguji,


Nursaidah, SE., MM.
NPK : 1985060111509637

Dosen Pembimbing 1,


Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM.
NPK : 1986051411703796

Dosen Pembimbing 2,


Wahyu Eko Setianingsih, SE.MM.
NPK : 1979120811503633

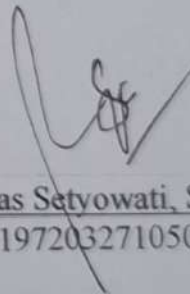
Mengesahkan,

Dekan,



Maheni Ika Sari, SE., MM.
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,


Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.
NPK : 1972032710509477

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Al Insyirah: 5-6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Al Baqarah: 286)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, kesehatan, dan kemudahan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu sesuai dengan yang telah direncanakan. Di kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan doa selama proses penyusunan skripsi ini, di antaranya:

1. Orangtuaku tercinta yang tak pernah telah membesarkan dan mendidikku dengan penuh kasih sayang, yang selalu memberikan dukungan, perjuangan, motivasi serta doa dan nasehat yang berguna dari kecil hingga saat ini.
2. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE.,MM., Ibu Wahyu Eko Setianingsih, SE.,MM. yang telah banyak meluangkan waktunya untuk penulis untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan selesai.
3. Sahabatku Mutiara, Elda, Amanda, Mita, Melin yang selalu menjadi support system penulis dan menjadi teman cerita penulis.
4. Teman “Main” Indira, Juwita, Fara, Salsa, Subhan, Yoga, Fitra, Tegar, Fajar, Mahmudi yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi seerta selalu mengingatkan dan mengajak untuk mengerjakan skripsi bersama.
5. Terimakasih kepada Zidane yang telah menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan selesai serta telah memberikan banyak saran dan dukungan kepada penulis.
6. Teman-teman dibangku kuliah yang selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
7. Dan yang terakhir untuk diri sendiri Dea Yuniar Firdaus. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini dan tetap memilih berusaha meskipun sering kali merasa lelah dan putus asa karena hasil yang belum sesuai harapan., Terima kasih karena masih mau bertahan, terus mencoba, dan tidak menyerah. Semoga tetap jadi pribadi yang tidak takut gagal dan selalu punya semangat untuk bangkit lagi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya yang begitu besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing*, *Brand Awareness* dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Barenbliss (Studi Kasus Mahasiswa di Kabupaten Jember)” dengan baik.

Penulisan dan penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hanafi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember
2. Maheni Ika Sari, SE.,MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
3. Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
4. Nursaidah, SE., MM., selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, batuan dan arahan yang bermanfaat.
5. Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM., dan Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Orang tua tercinta, untuk semua cinta, doa, kasih sayang dan perhatian yang tak terbatas
8. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kata sempurna, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta setiap pembaca pada umumnya

Jember, 21 Maret 2025

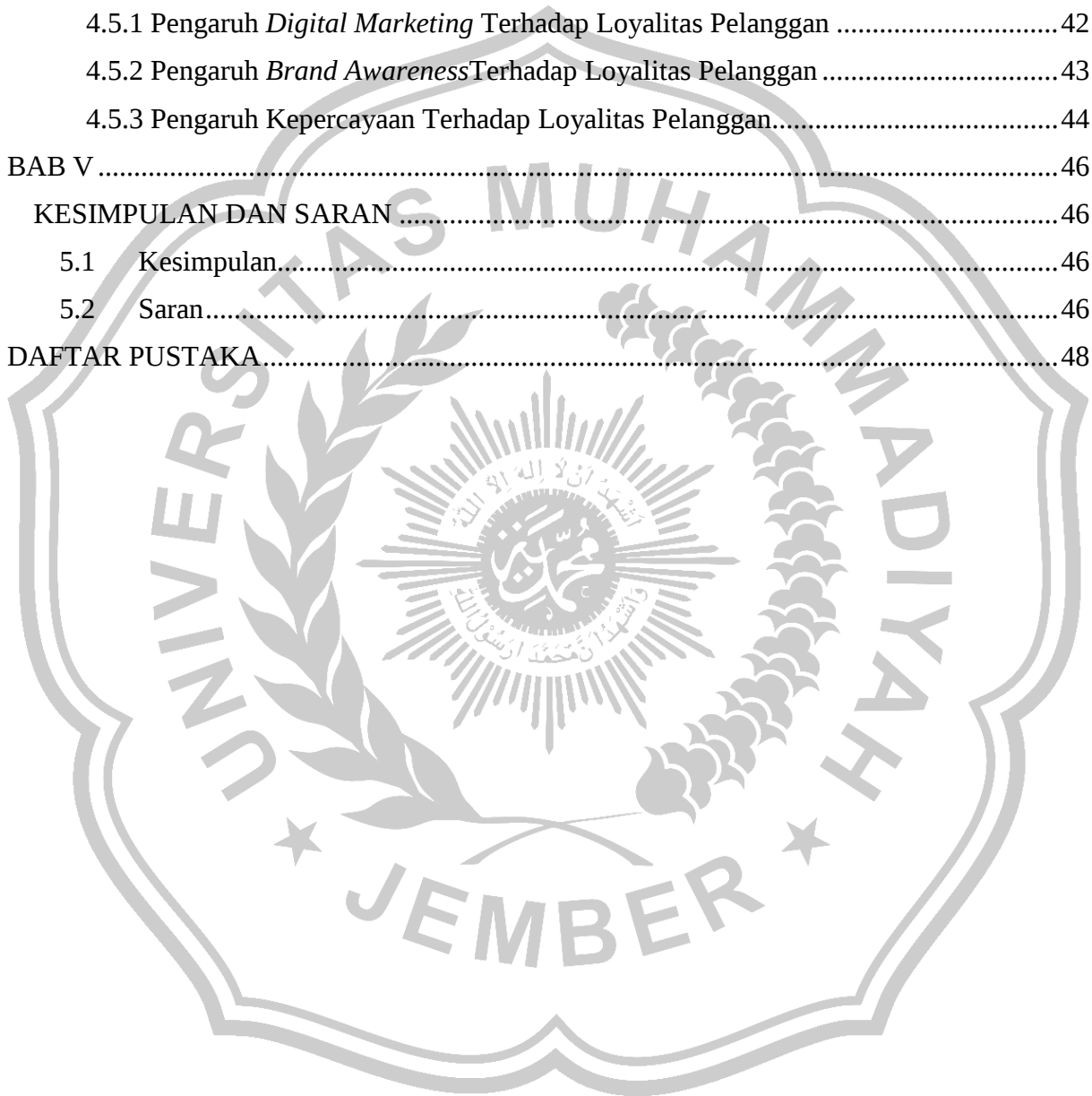
Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.4 <i>Digital Marketing</i>	10
2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Digital Marketing</i>	11
2.1.6 Indikator <i>Digital Marketing</i>	12
2.1.7 <i>Brand Awareness</i>	13
2.1.8 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Awareness</i>	14
2.1.9 Indikator <i>Brand Awareness</i>	14
2.1.10 Kepercayaan	15
2.1.11 Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan	15
2.1.12 Indikator Kepercayaan	16
2.1.13 Loyalitas.....	17

2.1.14	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.15	Indikator Loyalitas Pelanggan	18
2.2	Tinjauan Penelitian.....	19
2.3	Kerangka Konseptual	22
2.4	Hipotesis.....	22
2.4.1	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.4.2	Pengaruh <i>Brand awareness</i> berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
2.4.3	Pengaruh Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
BAB III.....		24
METODE PENELITIAN		24
3.1	Identifikasi Variabel.....	24
3.1.1	Variabel Independen / Bebas	24
3.1.2	Variabel Dependen / Terikat	24
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	24
3.3	Populasi dan Sampel	25
3.3.1	Populasi	25
3.3.2	Sampel	26
3.4	Jenis Data	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Teknik Pengolahan Data	29
3.7	Teknik Analisis Data	29
3.7.1	Uji Instrumen Data.....	29
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
3.7.4	Uji Hepotesis	31
BAB IV		32
HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.1	Sejarah Perusahaan Barenbliss	32
4.1.2	Logo Perusahaan.....	33
4.2	Karakteristik Responden	33
4.2.1	Responden Menurut Usia.....	33
4.2.2	Responden Menurut Jenis Kelamin	33
4.2.3	Responden Menurut Perguruan Tinggi.....	34
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	34

4.4	Analisis Data	37
4.4.1	Pengujian Instrumen Data.....	37
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	38
4.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda	40
4.4.4	Uji Hipotesis	41
4.5	Pembahasan.....	42
4.5.1	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	42
4.5.2	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	43
4.5.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	44
BAB V		46
KESIMPULAN DAN SARAN		46
5.1	Kesimpulan.....	46
5.2	Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA		48



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna E-commerce di Indonesia.....	3
Tabel 1. 2 Produk Barenbliss.....	4
Tabel 1. 3 Penjualan Produk Tertinggi di Shopee Tahun 2023.....	5
Tabel 1. 4 Data Pra Survey.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa di 5 Universitas di Kabupaten Jember	26
Tabel 3. 2 Jumlah Mahasiswa di 5 Universitas di Kabupaten Jember	26
Tabel 3. 3 Ukuran sampel responden	27
Tabel 4. 1 Responden Menurut Usia	33
Tabel 4. 2 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4. 3 Responden Menurut Perguruan Tinggi	34
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Digital Marketing</i>	35
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Awareness</i>	35
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan.....	36
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan	36
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	39
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	39
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedasitas	40
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	40
Tabel 4. 14 Hasil Uji Statistik T	41
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 4. 1 Logo Barenbliss	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	:	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	:	Data Hasil enelitian
Lampiran 3	:	Frekuensi Tabulasi
Lampiran 4	:	Hasil Uji Instrumen Data
Lampiran 5	:	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	:	Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis
Lampiran 7	:	Dokumentasi

