

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL,
EXPERIENCE TRANSACTION DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR PADA DEALER YAMAHA AMBULU**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Anisa Rahmawati
21.1041.1027**

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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anisa Rahmawati

NIM : 2110411027

Prodi : Manajemen

Menyatakan yang sebesar-besarnya bahwa karya ilmiah yang berupa skripsi ini yang berjudul “ **PENGARUH STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL, EXPERIENCE TRANSACTION DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR PADA DEALER YAMAHA AMBULU** ” adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali jika dalam bentuk kutipan subansi telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan dalam institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakkan.

Dengan demikian saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan unsur paksaan dari pihak manapun, saya bersedia memperoleh sanksi akademik jika ada pihak yang dirugikan.

Jember, 01 Mei 2025

Yang menyatakan



Anisa Rahmawati

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL *EXPERIENCE TRANSACTION* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR PADA DEALER YAMAHA AMBULU

Oleh :

ANISA RAHMAWATI

21.1041.1027

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. Budi Santoso, SE,MM,M.Akun.



Dosen Pembimbing Pendamping

: Ira Puspitadewi S, SE.,MM.



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Media Sosial, *Experience Transaction* dan *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian motor pada Dealer Yamaha Ambulu”, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 04 Juli 2025

Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Dr.Ir.Eko Budi Satoto,M.MT

NPK. 1967101611803861

Anggota 1

Dr. Budi Santoso SE,MM,M.Akun

NPK. 197310011139340

Anggota 2

Ira Puspitadewi S SE.,MM.

NPK. 198101072711703795

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi

Maheni Ika Sari, SE.,MM

NIP. 19770811200501200

Dr.Trias Setyowati, SH.,SE.,MM

NPK.1972032710509477

MOTTO

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”.

(QS. Al-Insyirah ayat 6)

“Setetes keringat orang tuaku yang keluar, ada seribu langkahku yang maju”



PERSEMBAHAN

Alhamduillah puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana manajemen ini dengan keadaan sehat walafiat. Dalam kesempatan ini penulis memberikan banyak terimakasih atas pihak yang sudah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Dengan penuh rendah hati penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayah serta kesehatan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas.
2. Kedua orang tua saya yakni Ayah Wimantoro dan Ibu Junaida, terimakasih atas jasa, pengorbanan serta doa yang telah di panjatkan untuk saya. Beliau tidak merasakan indahnya bangku perkuliahan tetapi saya bangga dengan beliau karena mampu berjuang agar saya merasakan indahnya bangku perkuliahan. Terimakasih atas pengorbanan dan perjuangan yang telah mereka berikan kepada saya agar mendapatkan gelar Sarjana.
3. Terimakasih kepada diri saya mampu mengerjakan skripsi ini dengan waktu yang tepat meskipun terkadang merasa ingin menyerah karena keadaan
4. Kakak saya yakni Riska Dwi Nurcahyari terimakasih sudah memberikan semangat dan motivasi kepada saya agar adik tercintanya ini mendapatkan gelar Sarjana.
5. Keluarga besar saya terimakasih atas dukungan dan juga semangat yang diberikan kepada saya.
6. Sahabat saya Mita Eka Damayanti terimakasih sudah meluangkan waktu untuk menemani saya menyusun skripsi, menemani saya bimbingan dan bolak-bolik kampus, terimakasih sudah menemani masa kuliah ini.
7. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya sudah menemani saya dimasa penyusunan skripsi ini.
8. Dr. Budi Santoso SE,MM.,M.,Akun dan Ibu Ira Puspitadewi S SE.,MM selaku dosen pembimbing saya, terimakasih sudah membimbing saya dalam menyusun skripsi ini hingga menjadi sarjana yang lulus tepat waktu.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember terimakasih sudah memberikan saya ilmu yang bermanfaat saat masa studi.
10. Terakhir terimakasih seseorang yang masih bersama saya telah memberikan saya semangat, tenaga serta dukungan dalam menyusun skripsi ini terimakasih atas bantuan yang telah diberikan kepada saya semoga menjadi berkah.

ABSTRACT

Marketing plays a important role in business activities, particularly in building relationships with customers and driving sales growth. Along with the rapid advancement of digital technology, social media has become a highly influential promotional tool. In addition, customer experience during the purchasing process (experience transaction) and the level of brand recognition and understanding (brand awareness) are also important factors that can influence consumers' purchasing decisions. Therefore, this study aims to evaluate the extent to which social media, experience transaction, and brand awareness influence motorcycle purchasing decisions at Yamaha Ambulu Dealer. The independent variables in this study include social media (X1), experience transaction (X2), and brand awareness (X3), while the dependent variable is the purchasing decision (Y). This study uses a causal descriptive approach with a quantitative method. Data analysis was conducted using multiple linear regression involving 160 customers as research samples. Based on the results of multiple linear regression and hypothesis testing, it was found that social media, experience transaction, and brand awareness have a significant influence on purchasing decisions at Yamaha Ambulu Dealer. This research is expected to provide insights for the management of Yamaha Ambulu Dealer in formulating strategies to increase customer purchases.

Keywords: Social Media, Experience Transaction, Brand Awareness, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR



Puji syukur kita haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad serta hidayahnya kepada kita sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini tepat waktu dan dalam keadaan sehat walafiat.

Penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat adanya bantuan dukungan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis sangat mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya pada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, doa, serta fasilitas, diantaranya:

1. Allah SWT, yang telah memberikan hidayah serta karuniannya saya dapat menyelesaikan tugas akhir dengan sehat walaafiat
2. Ayah dan Ibu saya yang tersayang yang telah membesarkan, mendidik, mendukung serta memberikan fasilitas untuk saya menepuh gelar sarjana, serta tak lupa kepada kakak saya yang selalu memberikan saya semangat.
3. Dr. Hanafi M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Maheni Ika Sari, SE, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Dr. Trias Setyowati SH.,SE.,MM., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Dr. Ir Eko Budi Satoto M.MT selaku dosen penguji yang telah memberikan saya koreksi dan arahan dalam menyusun skripsi.
7. Dr. Budi Santoso SE,MM.,M.,Akun., Dan Ira Puspitadewi S. SE.,MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran guna untuk membimbing saya hingga menjadi seorang sarjana.
8. Seluruh Dosen Universitas Muhammadiyah Jember, terimakasih atas ilmu yang sudah disalurkan kepada saya.
9. Alamamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Jember, terimakasih atas kesempatan yang diberikan.

Penulis menyadari masih banyak sekali kesalahan dalam proses pembuatan SKRIPSI masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat positif untuk penulis sangat diharapkan.

Jember, 01 Mei 2025

Anisa Rahmawati

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Grand Teori.....	7
2.1.1 Grand Theory of Planned Behavior, TPB	7
2.2 Kajian Teori.....	8
2.2.1 Keputusan Pembelian	8
2.2.2 Media Sosial	10
2.2.3 Experience Transaction	14
2.2.4 Brand Awarness.....	16
2.3 Penelitian Terdahulu.....	20
2.4 Kerangka Konseptual	28
2.5 Hipotesis	29
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Identifikasi Variabel.....	30
3.1.1 Variabel Independen.....	30
3.1.2 Variabel Dependen	30
3.2 Definisi Operasional Variabel	30

3.2.1 Media Sosial (X1).....	31
3.2.2 Experience Transaction (X2)	31
3.2.3 Brand Awarness (X3)	32
3.2.4 Keputusan Pembelian (Y).....	32
3.3 Desain Penelitian	33
3.4 Jenis Data	33
3.4.1 Data Primer.....	33
3.4.2 Data Sekunder	33
3.5 Populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel.....	33
3.5.1 Populasi	33
3.5.2 Sampel.....	34
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.7.1 Kuesioner.....	35
3.7.2 Observasi	35
3.8 Teknik Analisis Data.....	36
3.8.1 Statistik Deskriptif.....	36
3.8.2 Uji Instrumen Data.....	36
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.11 Uji Hipotesis.....	38
3.12 Konfisien Determinasi (R2).....	38
BAB IV	39
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1 Sejarah Dealer Motor Yamaha Ambulu	39
4.1.2 Visi Dan Misi	40
4.1.3 Stuktur Dealer Motor Yamaha Ambulu	40
4.1.4 Produk Penjualan Di Dealer Yamaha Ambulu.....	42
4.2 Stastiktik Dekriptif.....	44
4.2.1 Deskripsi Statistik Responden	44
4.2.2. Analisis Indeks Jawaban Responden.....	46
4.3 Analisis Data	48
4.3.1 Hasil Uji Instrumen Data	48
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.3 Hasil Analisis Reqresi Linear Berganda.....	49
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis	51
4.3.5 Hasil Koefisien Determinasi (Uji R2)	53
4.4 Pembahasan	54

4.4.1 Media Sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian	54
4.4.2 <i>Experience Transaction</i> berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian	55
4.4.3 <i>Brand Awareness</i> berpengaruh terhadap keputusan pembelian	56
BAB V.....	57
KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan.....	..6
Tabel 1.2 Data Penjualan Pesaing	..6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	40
Tabel 4.1 Kategori Responden Berdasarkan Alamat.....	48
Tabel 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Media Sosial	50
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap <i>Experience Transaction</i>	51
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Awareness</i>	52
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	56
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Multikolonieritas</i>	57
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Glejser</i>	58
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Persial).....	59
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Sosial Media Dealer Motor Yamaha Ambulu	6
Gambar 4.1 struktur organisasi 44.....	44
Gambar 4.2 produk penjualan Dealer Yamaha Ambulu 46	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner	70
Lampiran 3 Deskripsi Statistik Responden	71
Lampiran 4 Deskripsi Statistik Variabel	75
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Data	80
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	85
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	92
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	93
Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	94
Lampiran 10 R Tabel Uji Validitas	95
Lampiran 11 Tabel Uji Hipotesis	96
Lampiran 12 Dokumentasi	97
Lampiran 12 Surat Izin Penelitian.....	98

