

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, *BRAND AWARENESS*, STRATEGI
PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UMKM SELI
SALAD KECAMATAN SUKORAMBI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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



**Oleh :
DEA WAHYU SANDYTA
20.1041.1101**

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

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, *BRAND AWARENESS*, STRATEGI
PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UMKM SELI
SALAD KECAMATAN SUKORAMBI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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



Oleh :

**DEA WAHYU SANDYTA
20.1041.1101**

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

PERNYATAAN PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dea Wahyu Sandyta

NIM : 2010411101

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Media Sosial, *Brand Awareness*, Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian DI UMKM Seli Salad Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember”** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam institusi manapun, serta bukan plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun sertasaya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 16 Juli 2025

Yang Menyatakan,

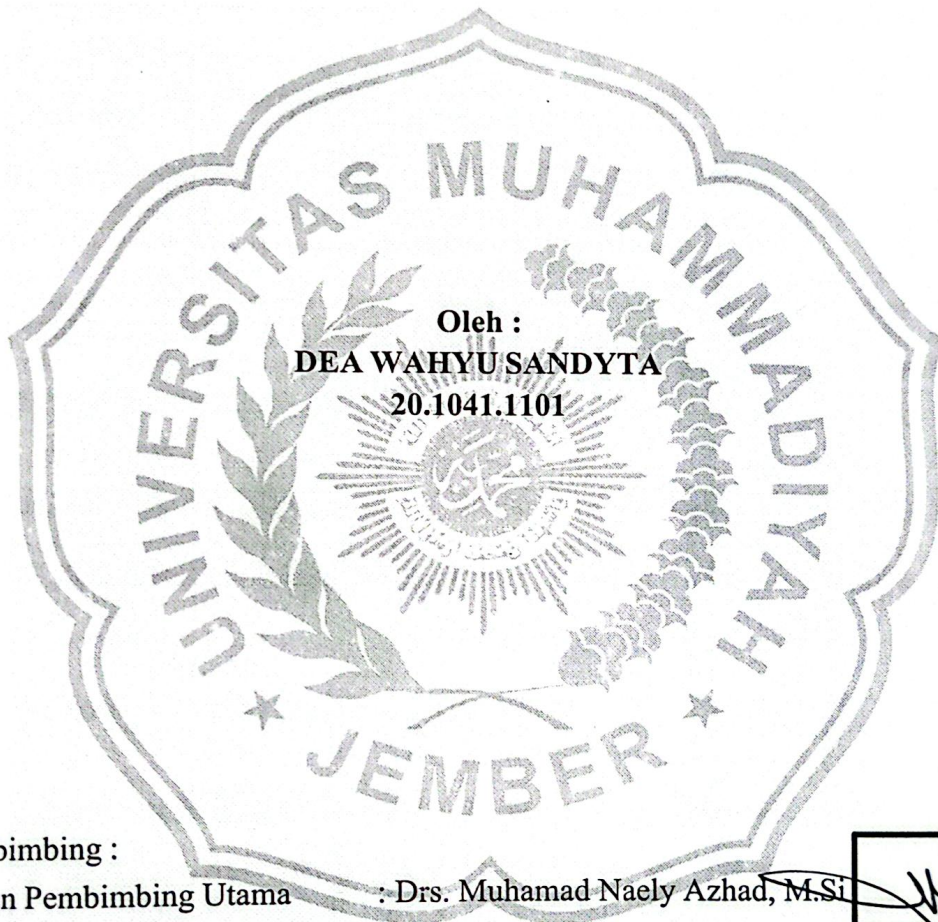


Dea Wahyu Sandyta

NIM. 2010411101

PERSETUJUAN SKRIPSI

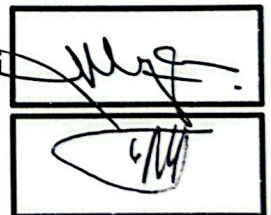
PENGARUH MEDIA SOSIAL, *BRAND AWARENESS*, STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UMKM SELI SALAD KECAMATAN SUKORAMBI KABUPATEN JEMBER



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si

Dosen Pembimbing Pendamping : Jekti Rahayu SE., M.Si



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Media Sosial, *Brand Awareness*, Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di UMKM Seli Salad Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Dea Wahyu Sandyta

NIM : 2010411101

Hari : Rabu

Tanggal : 16 Juli 2025

Tempat : Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Tim Penguji

Dr. Feti Fatimah, SE., MM

NPK : 1979052510709622

Anggota 1

Anggota 2

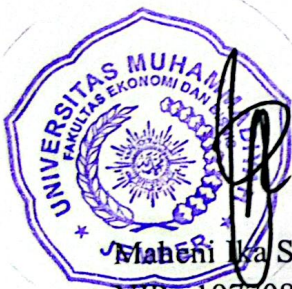
Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si
NIP : 196612311993031006

Jekti Rahayu SE., M.Si
NPK : 1972071111703793

Mengesahkan

Dekan

Ketua Program Studi



Mahehi Ika Sari, SE., M.M
NIP : 197708112005012001

Dr. Trias Selyowati SH., SE., MM
NPK : 19720327105090477

PERSEMBAHAN

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat, kesejahteraan, dan keberkahannya. Dengan rasa terima kasih yang tulus, skripsi ini telah selesai dan disajikan untuk :

1. Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan kemudahannya yang telah Engkau berikan kepada penulis. Skripsi ini akhirnya terlaksana sesuai rencana. Semoga keberhasilan ini menjadi titik awal pencapaian penulis di masa depan.
2. Kepada cinta pertama dan panutan ku, Ayahanda Sutanto Haryo Budi Hardi dan Almarhumah Ibunda tercinta Mike Wahyu Wijaya Terimakasih atas cinta kasih tulus dan pengorbanan Anda. Meskipun beliau tidak pernah belajar di perguruan tinggi, mereka selalu memberikan yang terbaik, mendoakan, dan memberikan perhatian., memberi motivasi, dan juga memfasilitasi kebutuhan penulis sehingga terselesainya skripsi ini hingga akhir. Tanpa adanya doa dan dukungan dari Bapak dan Almarhumah Ibu, anakmu ini mungkin tidak akan seteguh dan sekuat ini dalam menyelesaikan skripsi. Khususnya untuk Almarhumah ibu saya tercinta Mike Wahyu Wijaya yang sudah kuat melawan sakitnya dari penulis masih di bangku SMA hingga setelah penulis melaksanakan seminar proposal ditanggal 30 Januari 2025 lalu, sampai menghembuskan nafas terakhir nya di tanggal 18 Februari 2025, semoga ibu penulis khusnul khotimah, tenang di sisi Allah SWT, tidak merasakan sakit lagi seperti yang telah dirasakan di dunia, dan selalu bangga kepada anak satu-satunya. Doa yang diberikan oleh orang tua adalah yang paling istimewa. Semoga Bapak sehat, panjang umur, dan bahagia selalu.
3. Terima kasih penulis ucapkan kepada Nenek kandung saya tercinta Resminingsih dan seluruh keluarga besar yang selalu memberi do'a dan dukungan untuk penulis menyelesaikan skripsi ini. Semoga nenek dan seluruh keluarga sehat selalu, panjang umur, dan bisa melihat penulis sukses dikemudian hari.
4. Teman baikku Monica Maya Agustin, Rima Nur Rahmah, Nauli Nurulita Saragih, Dhea Lovita Fahrussa, Yemima Novitasari Bodoi, Ferinda Nur Lintang, Melani Amanda yang selalu memberikan semangat dan saling mengingatkan.
5. Terimakasih kepada keenam teman dekat penulis selama dalam bangku perkuliahan ini Devia Nafisah Putri, Siti Saoda, Nadia Gladys Isabella, Aprillia Dwi Almaulom, Ananda Cahyaning Putri Yulianto, dan Syarifah Fidelia, Rivia Rahmasari yang selalu saling menyemangati dan saling merangkul untuk bisa menyelesaikan skripsi ini serta saling memberi dukungan satu sama lainnya.

Terima kasih atas pengalaman baiknya selama berada dibangku perkuliahan, selamat sudah bertahan ditengah gempuran kata dan angka dalam mengerjakan skripsi.

6. Kepada Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis terima kasih penulis ucapkan terutama kepada Ibu Dr. Feti Fatimah, SE., MM selaku dosen penguji dan Bapak Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si serta Ibu Jekti Rahayu SE., M.Si selaku dosen pembimbing karena dengan ketulusan atas ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
7. Penulis juga persembahkan skripsi ini kepada Almamater tercinta kampus biru Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan pengalaman berharga selama kuliah dan menjadi jembatan dalam menuntut ilmu.
8. Whisnu Santika, Guyon Waton, NDX, Denny Caknan, Billie Eilish, Bernadya, terimakasih lagu-lagunya sudah menjadi playlist untuk menemani penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terakhir, tetapi tidak kalah penting saya berterima kasih kepada diri sendiri Dea Wahyu Sandyta sudah berjuang dan bertahan hingga saat ini, karena mampu mengendalikan diri sendiri dari berbagai tekanan yang seringkali merasa putus asa atas apa yang telah diusahakan dan belum berhasil, namun tetap memutuskan untuk tidak menyerah dan bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih telah percaya dan menjadi diri sendiri bahwa semua bisa penulis lalui, meski badai untuk penyusunan skripsi ini sangatlah tidak mudah dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Sekali lagi terimakasih kepada penulis, anda kuat dan hebat sudah sampai di titik ini.

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seorang hambanya melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

-Q.S Al-Baqarah : 286-

“Rasakanlah setiap proses yang kamu tempuh dalam hidupmu, sehingga kamu tau betapa hebatnya dirimu sudah berjuang hingga detik ini”

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkan ku tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkan ku”

-Umar Bin Khattab-

“Tidak peduli seaneh apapun keadaan ku yang paling penting pulang dengan gelar sarjana, dan semua itu untuk Bapak dan Ibu.”

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulit nya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, saya puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah memberi kita semua rahmat, hidayah, dan inayah, terutama kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik mungkin, dan tentunya semua ini dengan izin dan ridho Allah SWT.

Saya mendapatkan bantuan dari berbagai pihak untuk membuat tugas akhir ini lebih mudah disusun, dan saya telah melakukannya dengan cara terbaik. Untuk itu, saya sangat berterima kasih kepada semua orang yang telah membantu menyusun tugas akhir ini. Meskipun demikian, saya sadar bahwa masih ada banyak kesalahan dalam susunan kalimat dan tata bahasa.

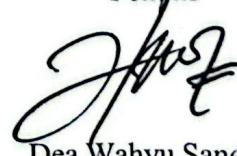
Oleh karena itu, saya dengan senang hati menerima kritik dan saran dari pembaca, terutama dari dosen pembimbing dan dosen penguji, untuk membantu saya memperbaikinya di masa mendatang. Akhir kata, saya berharap pembaca mendapatkan manfaat dan inspirasi dari tugas akhir ini.

Banyak elemen materi, moral, dan spiritual membantu dan membimbing tugas akhir atau skripsi ini. Akibatnya, sebagai penulis, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Jember, Bapak Dr. Hanafi, M.Pd.,
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM., Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si., Dosen Pembimbing 1, yang dengan tekun dan disiplin telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan.
5. Ibu Jekti Rahayu SE., M.Si., dosen pembimbing kedua, yang dengan tekun dan sabar membantu dan membimbing dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Shelly Maringke, pemilik UMKM Seli Salad, yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner selama penyusunan skripsi ini.

Jember, 16 Juli 2025

Penulis



Dea Wahyu Sandyta
NIM. 2010411101

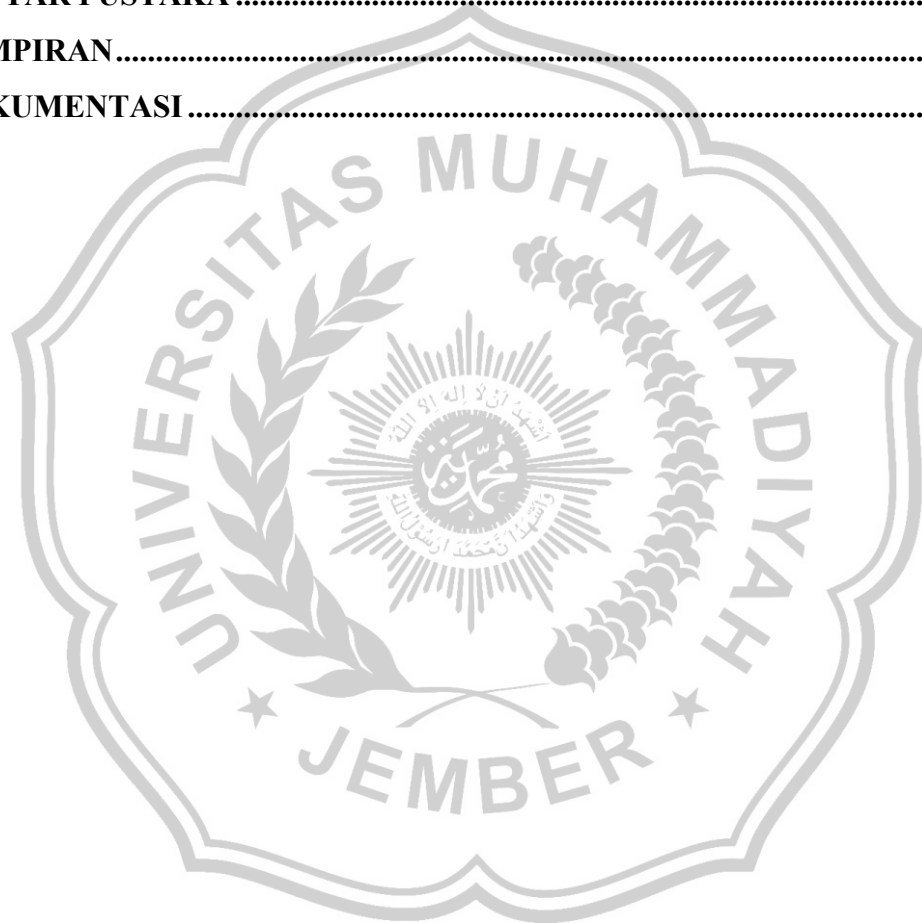
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULISAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR DOKUMENTASI	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.1.2 Aspek Manajem Pemasaran.....	7
2.1.2 Media Sosial	8
2.1.2.1 Pengertian Media Sosial.....	8
2.1.2.2 Indikator Media Sosial	8
2.1.3 Brand Awareness	9
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	9

2.1.3.2 Indikator Brand Awareness.....	9
2.1.4 Strategi Pemasaran	9
2.1.4.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	9
2.1.4.2 Indikator Strategi Pemasaran	10
2.1.5 Keputusan Pembelian	10
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.1.5.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Kerangka Konseptual	15
2.4 Hipotesis Penelitian.....	16
BAB 3	18
METODE PENELITIAN	18
3.1 Identifikasi Variabel	18
3.1.1 Variabel Independen	18
3.1.2 Variabel Dependen.....	18
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	18
3.2.1 Variabel Independen	18
3.3 Desain Penelitian	20
3.4 Jenis Data.....	21
3.4.1 Data Primer	21
3.4.2 Data Sekunder.....	21
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	21
3.5.1 Populasi.....	21
3.5.2 Sampel	21
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6.1 Observasi	22
3.6.2 Wawancara.....	22
3.6.3 Kuesioner	22
3.6.4 Dokumentasi	23
3.7 Teknik Analisis Data	23
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	23

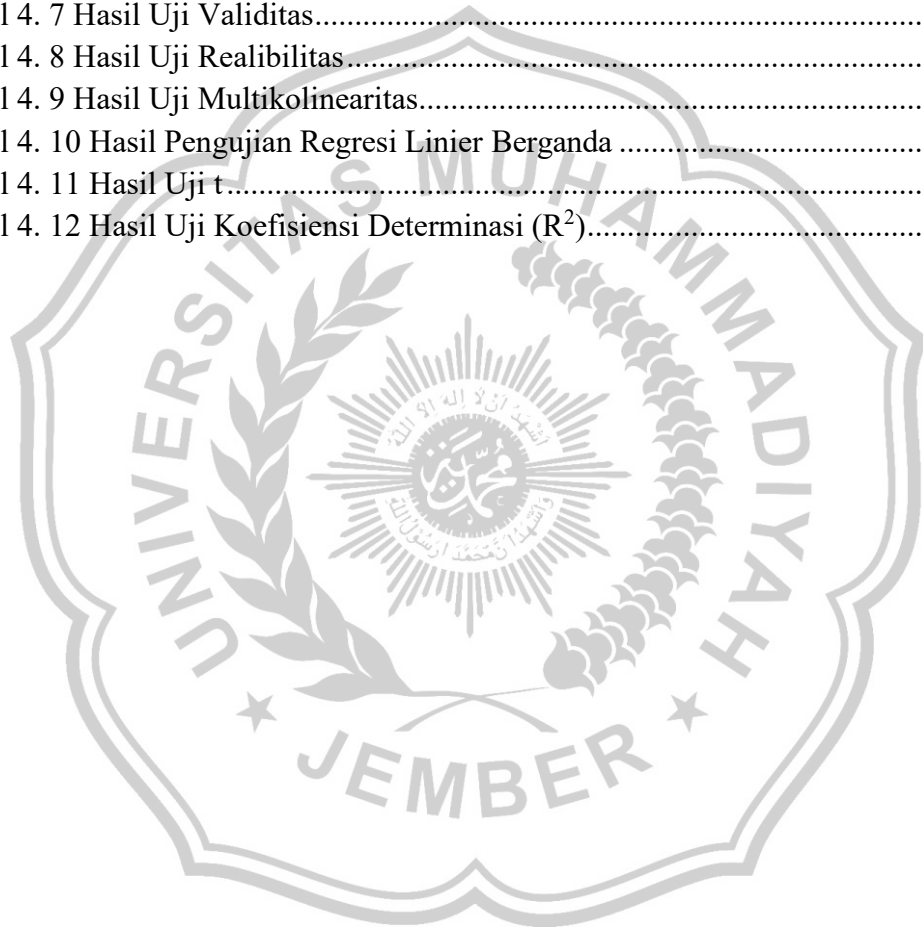
3.7.2 Uji Instrumen Data	24
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda	24
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	25
3.9.1 Uji Normalitas	25
3.9.2 Uji Multikolinieritas.....	25
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	25
3.10 Uji Hipotesis	26
3.10.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	26
3.10.2 Koefisien Determinasi (R^2)	26
BAB 4	28
HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	28
4.1.1 Sejarah perusahaan.....	28
4.1.2 Visi dan Misi UMKM.....	28
4.1.3 Struktur Organisasi UMKM Seli Salad.....	29
4.2 Analisis Data.....	29
4.2.1 Deskriptif statistik responden.....	29
4.2.2 Deskripsi variabel.....	31
4.3 Uji Instrumen Data.....	36
4.3.1 Uji Validitas	36
4.3.2 Uji Reliabilitas	37
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	37
4.4.1 Uji Normalitas.....	37
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	38
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	39
4.5 Uji Regresi Linear Berganda	39
4.6 Uji Hipotesis.....	40
4.6.1 Uji T.....	40
4.6.2 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	41
4.7 Pembahasan.....	42
4.7.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian.....	42

4.7.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	43
4.7.3 Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian	44
BAB 5.....	45
KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN.....	49
DOKUMENTASI.....	63



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4. 3 Media Sosial (X1)	31
<i>Tabel 4. 4 Brand Awareness (X2)</i>	33
Tabel 4. 5 Strategi Peasaran (X3)	34
Tabel 4. 6 Keputusan Pembelian (Y)	35
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4. 8 Hasil Uji Realibilitas.....	37
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	38
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	40
Tabel 4. 11 Hasil Uji t.....	41
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	41



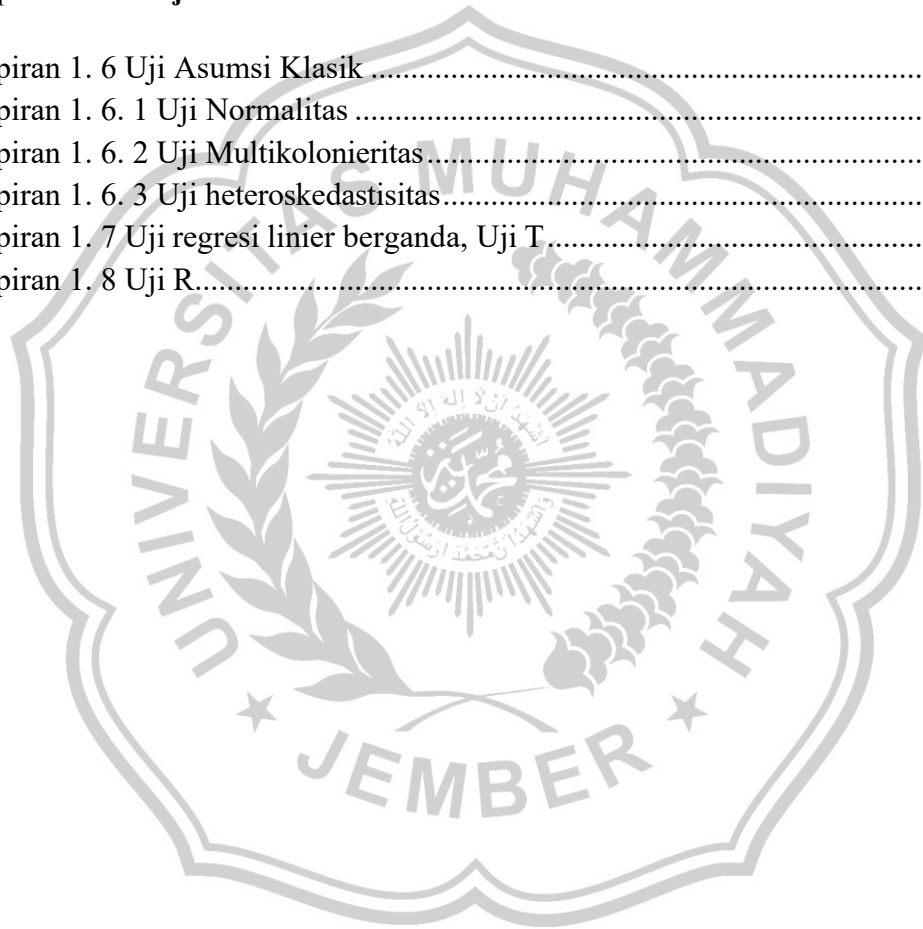
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Seli Salad	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	16
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi UMKM Seli Salad.....	29
Gambar 4. 2 Normal P-P Plot.....	38
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Pengantar Kuesioner	49
Lampiran 1. 2 Pengantar Kuesioner	50
Lampiran 1. 3 Lembar Kuesioner	51
Lampiran 1. 4 Tabulasi data	54
Lampiran 1. 5 Uji Instrumen Data	59
Lampiran 1. 5. 1 Uji Validitas.....	59
Lampiran 1. 5. 2 Uji Realibilitas.....	61
 Lampiran 1. 6 Uji Asumsi Klasik	 61
Lampiran 1. 6. 1 Uji Normalitas	61
Lampiran 1. 6. 2 Uji Multikolonieritas.....	62
Lampiran 1. 6. 3 Uji heteroskedastisitas.....	62
Lampiran 1. 7 Uji regresi linier berganda, Uji T.....	62
Lampiran 1. 8 Uji R.....	62



DAFTAR DOKUMENTASI

Dokumentasi 1. 1 Aplikasi Order Online Seli Salad	63
Dokumentasi 1. 2 Wawancara Bersama Owner dan Costumer Seli Salad	66
Dokumentasi 1. 3 Dokumentasi Kuesioner.....	67

