

**ANALISIS PENGARUH *ONLINE MARKETING* DAN SIKAP GENERASI  
MILENIAL TERHADAP *BRAND AWARANNES* DAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KACANG MAYASI DI KABUPATEN JEMBER**

**TESIS**



Oleh:

**Mohammad Nizam Zaman**

**1820412003**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
JEMBER**

**2020**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Mohammad Nizam Zaman**

NIM : **1820412003**

Prodi : **Magister Manajemen**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa tesis yang berjudul: **ANALISIS PENGARUH ONLINE MARKETING DAN SIKAP GENERASI MILENIAL TERHADAP BRAND AWARANNES DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KACANG MAYASI DI KABUPATEN JEMBER**, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi 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 di muka umum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, \_\_\_\_\_ 2020

Yang Menyatakan,

**Mohammad Nizam Zaman**

**1820412003**

**TESIS**

**ANALISIS PENGARUH ONLINE MARKETING DAN SIKAP GENERASI  
MILENAL TERHADAP BRAND AWARANNES DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KACANG MAYASI DI KABUPATEN JEMBER**

Oleh:

**MOHAMMAD NIZAM ZAMAN**  
NIM. 1820412003

Dosen Pembimbing:

**Dosen Pembimbing Utama**

**Dosen Pembimbing Pendamping**



**Dr. Abadi Sanosra, S.E., M.M.**  
NPK: 05 09 478



**Dr. Nurul Qomariah, MM.**  
NPK: 06 03 426

## PENGESAHAN

Tesis Berjudul: "*Analisis Pengaruh Online Marketing Dan Sikap Generasi Milenal Terhadap Brand Awarannes Dan Keputusan Pembelian Kacang Mayasi Di Kabupaten Jember*", telah diuji dan disahkan oleh Prodi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember dengan keterangan sebagai berikut:

Nama : **MOHAMMAD NIZAM ZAMAN**  
NIM : **1820412003**  
Hari : **SELASA**  
Tanggal : **14 JULI 2020**  
Tempat : **Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember**

Tim Penguji,  
Ketua Penguji,



Dr. Arik Susbiyani, S.E., M.Si.  
NPK: 01 09 289

Anggota Penguji I

Anggota Penguji II



Dr. Abadi Sanosra, S.E., M.M.  
NPK: 05 09 478



Dr. Nurul Qomariah, MM  
NPK. 06 03 426

Mengesahkan,

Direktur,

Ketua Program Studi,



Dr. Abadi Sanosra, S.E., M.M.  
NPK: 05 09 478

Dr. Abadi Sanosra, S.E., M.M.  
NPK: 05 09 478

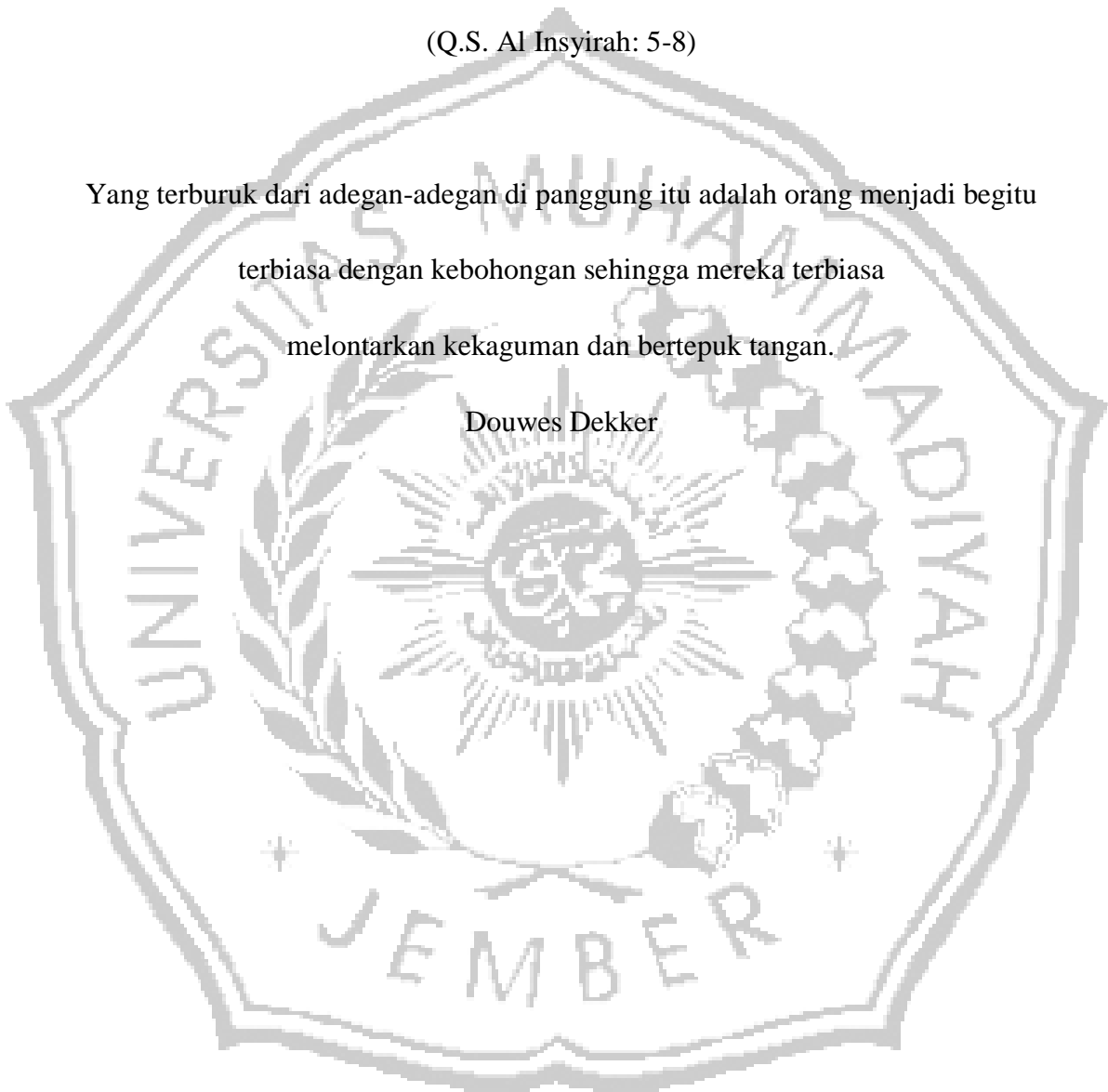
## MOTTO

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakan dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanlah kamu berharap

(Q.S. Al Insyirah: 5-8)

Yang terburuk dari adegan-adegan di panggung itu adalah orang menjadi begitu terbiasa dengan kebohongan sehingga mereka terbiasa melontarkan kekaguman dan bertepuk tangan.

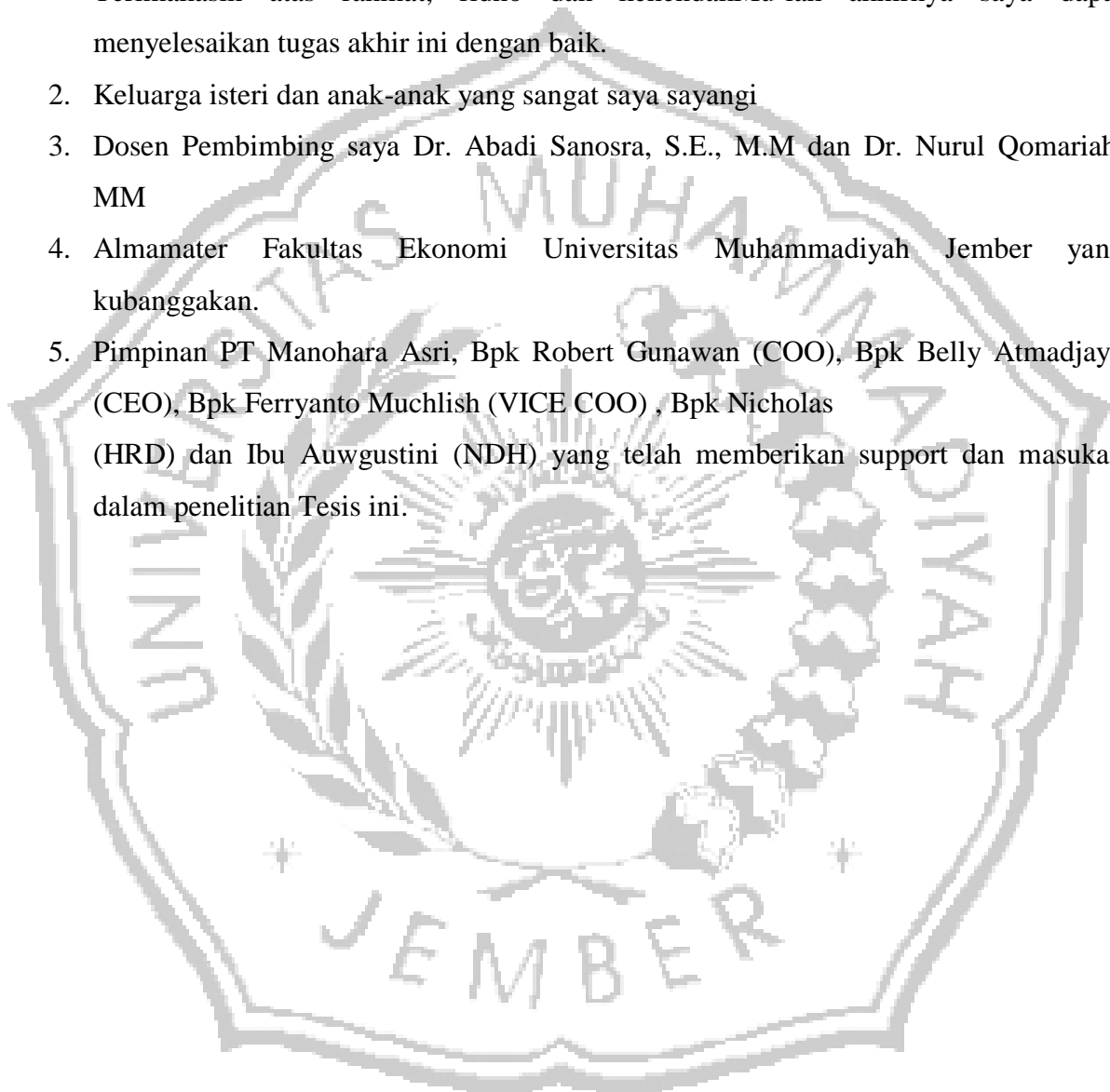
Douwes Dekker



## PERSEMBAHAN

Dengan Menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, saya persembahkan tesis ini untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, kesabaran, pengetahuan, dan segalanya. Terimakasih atas rahmat, ridho dan kehendakMu-lah akhirnya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Keluarga isteri dan anak-anak yang sangat saya sayangi
3. Dosen Pembimbing saya Dr. Abadi Sanosra, S.E., M.M dan Dr. Nurul Qomariah, MM
4. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang kebanggakan.
5. Pimpinan PT Manohara Asri, Bpk Robert Gunawan (COO), Bpk Belly Atmadjaya (CEO), Bpk Ferryanto Muchlish (VICE COO) , Bpk Nicholas (HRD) dan Ibu Auwgustini (NDH) yang telah memberikan support dan masukan dalam penelitian Tesis ini.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “ANALISIS PENGARUH ONLINE MARKETING DAN SIKAP GENERASI MILENIAL TERHADAP BRAND AWARANNES DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KACANG MAYASI DI KABUPATEN JEMBER”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Penulisan tesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, kesabaran, pengetahuan, dan segalanya. Terimakasih atas rahmat, ridho dan kehendakMu-lah akhirnya saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.
2. Dr. Abadi Sanosra, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember;
3. Dr. Arik Susbiyani, S.E., M.Si. selaku ketua penguji tesis yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan tesis ini;
4. Dr. Abadi Sanosra, S.E., M.M dan Dr. Nurul Qomariah, MM selaku Dosen Pembimbing tesis yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan tesis ini;
5. Dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan pemahaman mengenai akuntansi.
6. Keluargaku yang selalu memberi semangat, doa, dan dukungan untukku dalam menyelesaikan tesis ini;

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan tesis ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tesis ini dapat bermanfaat.

Jember,

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| PERNYATAAN .....                          | i                                   |
| TESIS .....                               | ii                                  |
| PENGESAHAN .....                          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| MOTTO .....                               | iii                                 |
| PERSEMBAHAN .....                         | v                                   |
| ABSTRAK .....                             | v                                   |
| <i>ABSTRACT</i> .....                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| KATA PENGANTAR .....                      | vi                                  |
| DAFTAR ISI .....                          | ix                                  |
| DAFTAR TABEL .....                        | x                                   |
| DAFTAR GAMBAR .....                       | xi                                  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                     | xii                                 |
| BAB 1 .....                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| PENDAHULUAN .....                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| BAB II .....                              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS .....          | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1 Kajian Teori .....                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.1 Online marketing .....              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.2 Sikap Generasi Milenial .....       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.3 Brand Awareness .....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian .....           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2.1 Penelitian Lerro (2019) .....       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2.2 Penelitian Iyer (2016) .....        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2.3 Penelitian Duffet (2017) .....      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2.4 Penelitian Rinandiyana (2017) ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.2.5 Penelitian Setyawan (2010) .....    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |



|                      |  |                                     |
|----------------------|--|-------------------------------------|
| 2.3                  | Kerangka Konseptual Penelitian .....                         | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4                  | Hipotesis.....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.1                | Pengaruh Online marketing Terhadap Brand Awarannes           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.2                | Pengaruh Sikap Generasi Milenal Terhadap Brand Awarannes     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.3                | Pengaruh Online marketing Terhadap Keputusan Pembelian       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.4                | Pengaruh Sikap Generasi Milenal Terhadap Keputusan Pembelian | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.4.5                | Pengaruh Brand Awarannes Terhadap Keputusan Pembelian        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| BAB 3                | .....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| METODE PENELITIAN    | .....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.1                  | Pendekatan Penelitian .....                                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.2                  | Desain Penelitian.....                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.3                  | Definisi Operasional Variabel.....                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.4                  | Prosedur Penelitian.....                                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.5                  | Lokasi Penelitian .....                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.5.1                | Tempat Penelitian .....                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.5.2                | Waktu Penelitian.....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.6                  | Populasi dan Sampel .....                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.7                  | Teknik Pengumpulan Data.....                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.8                  | Instrumen Pengumpulan Data .....                             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.8.1                | Kuesioner .....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.9                  | Metode Analisis Data.....                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| BAB 4                | .....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | .....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.1                  | Gambaran Umum .....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.2                  | Deskriptif Karakteristik Responden .....                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.3                  | Deskripsi Variabel Penelitian.....                           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.3.1                | Deskripsi Variabel Online Marketing (X1)                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.3.2                | Deskripsi Variabel Sikap Generasi Milenal (X2)               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.3.3                | Deskripsi Variabel Brand Awarannes (Z)                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

|                      |   |                                     |
|----------------------|---|-------------------------------------|
| 4.3.4                | Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (X2)   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.4                  | Hasil Analisis Data   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.4.1                | Analisis outer model  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.4.2                | Evaluasi Inner Model  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.4.3                | Uji Hipotesis   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.5                  | Pembahasan  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.5.1                | Pengaruh Online Marketing terhadap <i>Brand Awarannes</i>                                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.5.2                | Pengaruh Sikap Generasi Milenal terhadap <i>Brand Awarannes</i>                             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.5.3                | Pengaruh <i>Online Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.5.4                | Pengaruh Sikap Generasi Milenal terhadap Keputusan Pembelian                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.5.5                | Pengaruh <i>Brand Awarannes</i> terhadap Keputusan Pembelian                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.5.6                | Pengaruh Online Marketing terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Awarannes</i>       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.5.7                | Pengaruh Sikap Generasi Milenal terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Awarannes</i> | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| BAB 5                |   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| KESIMPULAN DAN SARAN |   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.1                  | Kesimpulan  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.2                  | Keterbatasan  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 5.3                  | Saran   | 101                                 |
| 5.3.1                | Saran Akademis  | 101                                 |
| 5.3.2                | Saran Praktisi  | 101                                 |
| DAFTAR PUSTAKA       |   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| Tabel 1. 1 Data Penjualan Kacang Mayasi di Kabupaten Jember tahun 2019             | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 2. 1 Penelitian Lerro (2019)   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 2. 2 Penelitian Iyer (2016)  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 2. 3 Penelitian Duffet (2017)  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 2. 4 Penelitian Rinandiyana (2017)   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 2. 5 Penelitian Setyawan (2010)  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4. 1 Usia Responden  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap <i>Online Marketing</i> | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Sikap Generasi Milenal  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Awarannes</i>  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4. 7 <i>Outer Loading</i>  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4. 8 <i>Discriminant Validity</i>  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4. 9 <i>Composite Reliability</i>  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4. 10 <i>Cronbach Alpha</i>  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4. 11 <i>Variance Inflation Factors</i>                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

Tabel 4. 12 Model Fit..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 13 *Direct Effect* atau Pengaruh Langsung Hubungan Antar Variabel **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 14 *Indirect Effect* atau Pengaruh Tidak Langsung Hubungan Antar Variabel ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 15 *Total Effect* atau Pengaruh Total.... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 16 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 17 *Effect Size or Path Coefficients* ..... **Error! Bookmark not defined.**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia tahun 2017-2019 **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 2 Data Perkembangan *e-commerce* di Indonesia tahun 2017-2019 **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 Model sederhana proses pemasaran (Kotler & Amstrong, 2008:6) **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 2 *Grand Theory Marketing* ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 3 Piramida *Brand awareness* ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 4 Piramida *Brand awareness* ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 5 Model Lima Tahap Proses Pembelian **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 6 Kerangka Konseptual ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 1 ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Manohara Asri **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Model Pengujian *Partial Least Square* SmartPLS 6.0 **Error! Bookmark not defined.**



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| Lampiran 1 Kuesioner.....                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Lampiran 2 Rekapitulasi Kuisisioner ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Lampiran 3 Statistik Deskriptif.....      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Lampiran 4 Smart PLS.....                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

