

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING BRAND AWARENESS* DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TOKO “JADI” *FASHION* JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir
Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



ADELIA TIARA RANI

22.1041.1065

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2026

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adelia Tiara Rani

NIM 2210411065

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa Skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Digital Marketing*, *Brand Awareness* Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko “Jadi” Fashion Jember” merupakan karya asli. Kecuali pada beberapa kutipan yang sudah saya sertakan sumbernya, karya ini belum pernah diajukan ke institusi mana pun dan tidak merupakan hasil plagiat atau peniruan. Saya bertanggung jawab penuh atas keaslian, dan kebenaran isi konten ini sesuai dengan kaidah ilmiah.

Dengan ini, saya menyatakan hal ini dengan sejujur-jujurnya, tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak mana pun, dan saya siap menerima sanksi akademik serta menghadapi tuntutan hukum, jika di kemudian hari ada pihak yang dirugikan akibat pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 16 Juli 2026

Yang menyatakan,



Adelia Tiara Rani

NIM. 22.1041.1065

SKRIPSI

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING BRAND AWARENESS* DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO “JADI”
*FASHION JEMBER***

Oleh: ADELIA TIARA RANI

NIM 22.1041.1065

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Haris Hermawan, SE., MM.



Dosen Pembimbing Pendamping: Dr. Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM.



PENGESAHAN

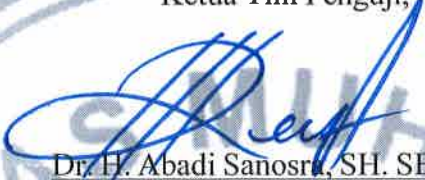
Skripsi berjudul “Pengaruh *Digital Marketing*, *Brand Awareness* Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko “Jadi” Fashion Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 16 Juli 2026

Tempat: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember

Ketua Tim Penguji,


Dr. H. Abadi Sanosro, SH. SE., MM.

NPK: 1978071810509478

Anggota 1,


Dr. Haris Hermawan, SE., MM.

NPK: 1968101011503640

Anggota 2,


Dr. Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM

NPK : 1979120811503633

Mengesahkan:

Dekan,


Maheni Ika Sari, SE., M.M.

NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,


Septi Holisa Umamy, SM., MM.

NPK : 199509221220910

MOTTO

“Setiap langkah menuju keberhasilan adalah hasil doa, dukungan, dan pengorbanan keluarga”

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap”

(Q.S Al-Insyirah, 6-8)



PERSEMBAHAN

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan.

Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kepada pemilik mutlak seluruh zat dan alam semesta, yang menguasai, mengatur, dan berkuasa atas segala sesuatu. Allah SWT, sang maha pemilik arah. Terimakasih telah menjadi satu-satunya rumah tempatku pulang saat dunia terasa begitu kabur dan bising. Terimakasih telah menjaga waras dan langkahku.
2. Kepada cinta pertamaku, Ayahku dan ibuku, Ahmad Fauzi dan ibu Utami Ningsih, sosok yang penuh keteguhan, pengorbanan, dukungan maupun doa yang tak pernah putus senantiasa menjadi kekuatan serta sumber semangat bagi saya dalam menapaki setiap Langkah kehidupan. Terimakasih telah berjuang untuk saya sehingga menjadikan anak perempuan ini sampai bisa menjadi sarjana. Besar harapan saya semoga beliau selalu sehat, panjang umur dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan saya raih di masa yang akan datang.
3. Keluarga besar saya, adik saya Amelinda titania, sepupu saya Aca dan Liya, terima kasih atas dukungan, kebersamaan, semangat, serta bantuan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian menjadi salah satu penyemangat dalam perjalanan ini.
4. Kepada Dosen Pembimbing saya Ibu Dr Wahyu Eko Setianingsih SE., MM dan Bapak Dr. Haris Hermawan, SE., MM dan Dosen Penguji saya Bapak Dr. H. Abadi Sanosra, SH. SE, MM terimakasih atas bimbingan, ilmu serta arahan kepada saya dalam menempuh Pendidikan hingga saat ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Kepada Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, tempat penulis dalam menuntut ilmu dan mengembangkan kreativitas.
6. Kepada sahabat terbaik saya Wilda, Mala, Caca, Diah, Febry, Wawa, Tania, Dina, Apriska dan masi banyak lagi yg gabisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas segala bentuk dukungan support, kepada saya dari awal semester (mahasiswa baru) hingga saat ini pada masa-masa penyusunan skripsi. semoga kalian diberikan sukses kedepannya. Terimakasih untuk cerita, pelukan hangat dan semangat yg tak pernah padam.
7. Terakhir, untuk saya sendiri “Adelia Tiara Rani”, Terimakasih atas segala kerja keras dan semangatnya hingga mampu bertahan dan melangkah sejauh ini. Terimakasih telah percaya pada keraguan dan kelelahan dalam setiap proses ini meskipun jalannya terasa berat. Saya bangga dengan diri saya sendiri, kedepannya untuk raga yang tetap kuat hati yang selalu tegar, mari bekerjasama yang lebih keras lagi untuk lebih berkembang menjadi pribadi yang lebih baik dan sukses dari hari ke hari

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AWARENESS*, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ‘JADI’ *FASHION JEMBER*”** dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu bentuk pemenuhan kewajiban akademik dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, kasih sayang, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan dan memperoleh ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama penulis menjalankan pendidikan.
4. Ibu Septy Holisa Umamy, SE., MM dan Ibu Tatit Diansari Reskiputri, SE., M. selaku Kepala dan Wakil Program Studi Manajemen yang telah membantu penyelesaian proses administrasi akademik.
5. Bapak Dr. Haris Hermawan, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta meluangkan waktu dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Dr. H. Abadi Sanosra selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang bermanfaat selama penulis menempuh pendidikan.

9. Pihak Toko “JADI” Fashion Jember yang telah memberikan izin, bantuan, serta informasi yang dibutuhkan dalam proses penelitian.
10. Keluarga tercinta dan teman-teman penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa mendatang.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, pihak akademik, serta pihak-pihak yang membutuhkan informasi terkait penelitian mengenai digital marketing, brand awareness, kepercayaan konsumen, dan keputusan pembelian.

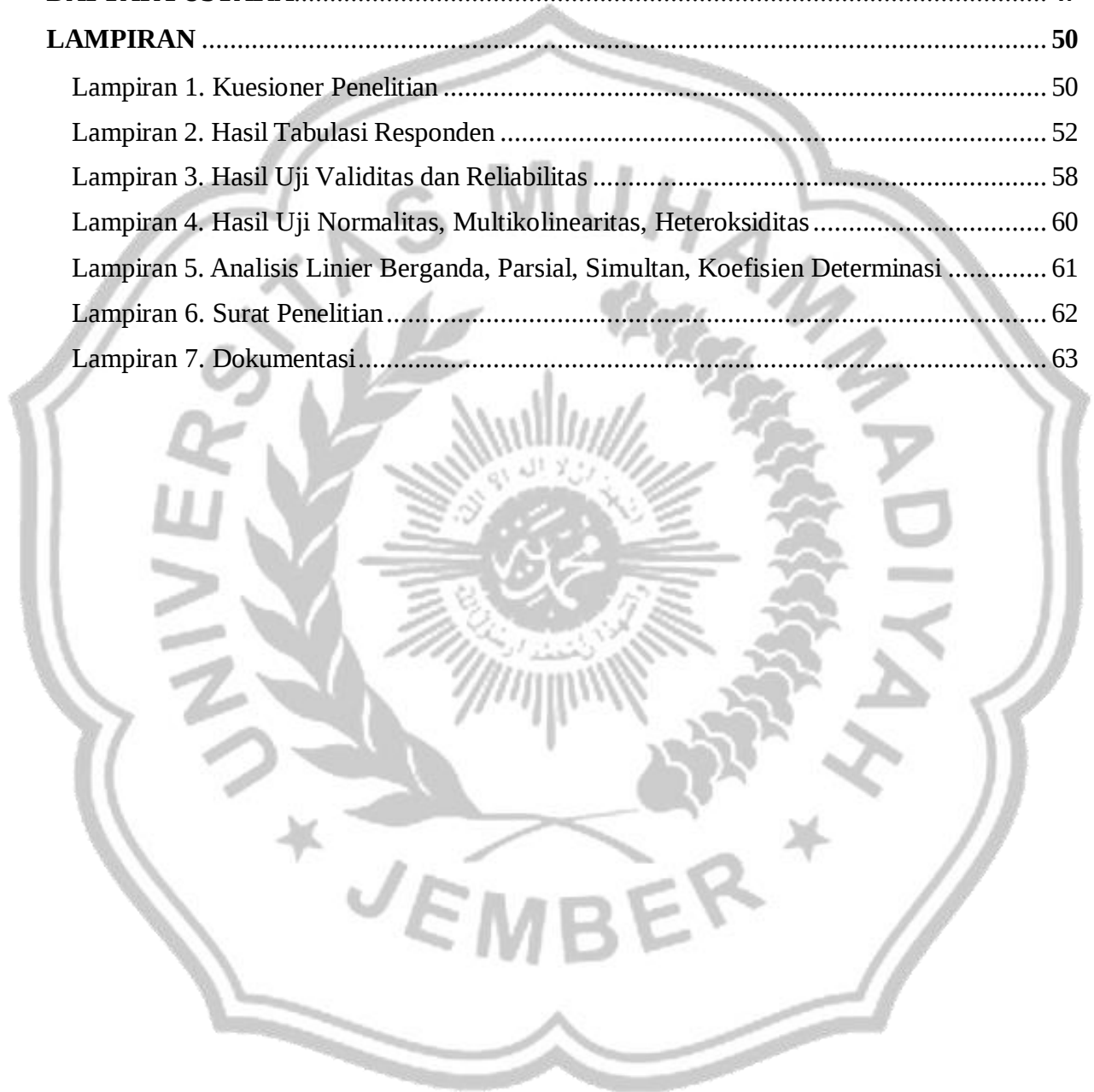


DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iv
PENGESAHAN.....	vi
MOTTO.....	i
PERSEMBAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	7
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Teori Perilaku Konsumen.....	9
2.2 Tahapan Keputusan Pembelian.....	9
2.3 <i>Digital Marketing</i>	10
2.4 Brand awareness	11
2.5 Kepercayaan Konsumen (<i>Customer Trust</i>)	13
2.6 Keputusan Pembelian.....	14
2.7 Penelitian Terdahulu	14
2.8 Kerangka Konseptual.....	18
2.9 Hipotesis Penelitian.....	19
2.9.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	19
2.9.2 Pengaruh <i>Brand awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	20
2.9.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	20
2.9.4 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> , <i>Brand Awareness</i> , dan Kepercayaan Konsumen Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Identifikasi Variabel.....	22
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	22

3.2 Desain Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	24
3.5 Teknik Analisis Data	25
3.5.1 Uji Instrumen	25
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	26
3.5.3 Analisis Statistik	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.1.1 Sejarah Singkat Toko “JADI” Fashion Jember	29
4.1.2 Visi dan Misi Toko “JADI” Fashion Jember	29
4.1.3 Struktur Organisasi	29
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	30
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	30
4.3 Statistik Deskriptif Penelitian Responden	30
4.3.1 Distribusi Jawaban Variabel <i>Digital Marketing</i>	31
4.3.2 Distribusi Jawaban Variabel <i>Brand Awareness</i>	31
4.3.2 Distribusi Jawaban Variabel Kepercayaan Konsumen	32
4.3.3 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	32
4.4 Hasil Analisis Data	33
4.4.1 Uji Instrumen	33
4.5 Uji Asumsi Klasik	35
4.5.1 Uji Normalitas	35
4.5.2 Uji Multikolinearitas	35
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	36
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	37
4.7 Pengujian Hipotesis	38
4.7.1 Uji t (Parsial)	38
4.7.2 Uji F (Simultan)	40
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	40
4.8 Pembahasan	41
4.8.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	41
4.8.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	42
4.8.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	43

4.8.4 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> , <i>Brand Awareness</i> , dan Kepercayaan Konsumen Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN	50
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	50
Lampiran 2. Hasil Tabulasi Responden	52
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	58
Lampiran 4. Hasil Uji Normalitas, Multikolinearitas, Heteroksiditas	60
Lampiran 5. Analisis Linier Berganda, Parsial, Simultan, Koefisien Determinasi	61
Lampiran 6. Surat Penelitian.....	62
Lampiran 7. Dokumentasi.....	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Aktivitas Digital Marketing Toko "JADI" Fashion Jember	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	30
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian . Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4. 4 Persentase Jawaban Variabel <i>Digital Marketing</i>	31
Tabel 4. 5 Persentase Jawaban Variabel <i>Brand Awareness</i>	31
Tabel 4. 6 Persentase Jawaban Variabel Kepercayaan Konsumen	32
Tabel 4. 7 Persentase Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	32
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4. 9 Hasil Uji reliabilitas	34
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	35
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	36
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	36
Tabel 4. 13 Analisis Linear Berganda.....	37
Tabel 4. 14 Hasil Uji T Parsial	39
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	40
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram.....	4
Gambar 1. 2 Akun Facebook	4
Gambar 1. 3 Linktree	5
Gambar 1. 4 Akun Tiktok	5
Gambar 1. 5 Akun Shopee.....	6
Gambar 2. 1 Skema Kerangka Konseptual	19

