

# **PENGARUH *BRAND CAMPAIGN* DAN *BRAND AWARENESS* DI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PT SEWU SEGAR NUSANTARA DI JAKARTA SELATAN**

**RAFIDA LIRIS WAHYUDI**



**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2022**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



**IPB University**  
Bogor Indonesia

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



## @Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Campaign* dan *Brand Awareness* di Instagram terhadap Keputusan Pembelian PT Sewu Segar Nusantara di Jakarta Selatan” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Oktober 2022

Rafida Liris Wahyudi  
H24180114

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## ABSTRAK

RAFIDA LIRIS WAHYUDI. Pengaruh *Brand Campaign* dan *Brand Awareness* di Instragram terhadap Keputusan Pembelian PT Sewu Segar Nusantara di Jakarta Selatan. Dibimbing oleh MUSA HUBEIS.

Pemasaran digital memberi peluang bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan promosi tanpa terhalang oleh tempat, jarak, dan waktu. Tujuan dilakukannya penelitian ini yakni menganalisis pengaruh *brand campaign* dan *brand awareness* di media sosial Instragram terhadap keputusan pembelian pada merek Sunpride milik PT Sewu Segar Nusantara. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 134 pengguna Instragram dengan usia minimal 18 tahun berdomisili di Jakarta Selatan dan telah membeli produk Sunpride dalam sebulan terakhir. Teknik *sampling* yang dipakai adalah teknik *purposive sampling* dengan perhitungan memakai rumus Slovin. Data tersebut dianalisis dengan metode regresi linear berganda yang memakai *software IBM Statistical Program for Social Science (SPSS) Statistics 26*. Perhitungan menunjukkan *brand campaign* dan *brand awareness* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan faktor penjelas 0,666% pada nilai *adjusted R<sup>2</sup>*.

Kata kunci: Instragram, kampanye merek, kampanye pemasaran, keputusan pembelian, kesadaran merek, pemasaran media sosial

## ABSTRACT

RAFIDA LIRIS WAHYUDI. *Influence of Brand Campaign and Brand Awareness on Instagram on Purchase Decisions of PT Sewu Segar Nusantara in South Jakarta. Supervised by MUSA HUBEIS.*

Digital marketing provides opportunities for companies to carry out promotional activities without being hindered by place, distance, and time. The purpose of this research is to analyze the influence of brand campaign and brand awareness on social media Instragram on purchasing decisions on the Sunpride brand owned by PT Sewu Segar Nusantara. Data was collected through a questionnaire given to 134 Instragram users with a minimum age of 18 years domiciled in South Jakarta and who have purchased Sunpride products in the past month. The sampling technique used is a purposive sampling technique with calculations using the Slovin formula. The data were analyzed using the multiple linear regression method using IBM Statistical Program for Social Science (SPSS) Statistics 26 software. The calculation shows that brand campaign and brand awareness have a significant and positive effect on purchasing decisions with an explanatory factor of 0.666% on the *adjusted R<sup>2</sup>* value.

Keywords: brand awareness, brand campaign, Instragram, marketing campaign, purchase decision, social media marketing



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2022  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

# **PENGARUH *BRAND CAMPAIGN* DAN *BRAND AWARENESS* DI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PT SEWU SEGAR NUSANTARA DI JAKARTA SELATAN**

**RAFIDA LIRIS WAHYUDI**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana pada  
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



**@Hak cipta milik IPB University**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**Tim Penguji pada Ujian Skripsi:**

- 1 Dr. rer. pol. Heti Mulyati S.T.P., M.T.
- 2 Rindang Matoati, S.E., M.Sc



## @Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Campaign* dan *Brand Awareness* di Instagram terhadap Keputusan Pembelian PT Sewu Segar Nusantara di Jakarta Selatan

Nama : Rafida Liris Wahyudi  
NIM : H24180114

Disetujui oleh

Pembimbing 1:  
Prof. Dr. Ir. H. Musa Hubeis, M.S, Dipl. Ing, DE



Diketahui oleh

Ketua Departemen Manajemen:  
Dr. Wita Juwita Ermawati, S.TP, M.M  
NIP. 197509072005012001



Tanggal Ujian:  
2 Oktober 2022

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PRAKATA

Puji serta syukur saya haturkan pada Allah SWT untuk seluruh berkat serta karunia-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan karya ilmiah berjudul “Pengaruh *Brand Campaign* dan *Brand Awareness* di Instagram terhadap Keputusan Pembelian PT Sewu Segar Nusantara di Jakarta Selatan”.

Segala ucapan terima kasih saya kepada pihak yang berjasa atas penelitian ini:

1. Prof. Dr. Ir. H. Musa Hubeis, M.S. Dipl. Ing., DEA, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah membimbing, memberi saran dan arahan untuk kelancaran proses penelitian ini.
2. Dr. rer. pol. Heti Mulyati S.T.P., M.T. dan Rindang Matoati, S.E., M.Sc. selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, saran serta kritikan yang membangun.
3. Pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing, yang telah membantu kelancaran proses penelitian.
4. Ibu Luthfiany Azwawie dan Mas Iqbal Fitra Hanief, selaku tim departemen marketing PT Sewu Segar Nusantara yang telah memberi izin penelitian, memberi arahan, dan juga ilmu terkait pemasaran digital sehingga memperlancar proses pengumpulan dan pemrosesan data.
5. Sekar, Marisa, Dila, Nisrina, Arfina, Lia, Vanessa dan juga teman-teman lain yang tidak disebutkan, yang telah memberi banyak dukungan, perhatian, pengalaman dan juga ilmu yg dimiliki untuk membantu memperlancar proses penelitian.
6. Mama, Papa, Mbak Salsa dan Mas Rizki yang sudah memberi banyak dukungan, perhatian, waktu dan juga kasih sayangnya.

Kami berharap karya ilmiah ini dapat membantu pihak-pihak yang memerlukan serta membantu kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Oktober 2022

*Rafida Liris Wahyudi*



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup (opsional)	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 <i>Digital Marketing</i>	6
2.2 <i>Social Media Marketing</i>	6
2.3 <i>Brand Campaign</i> (Kampanye Merek)	7
2.4 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	8
2.5 Media Sosial Instagram	9
2.6 Keputusan Pembelian	9
2.7 Penelitian Terdahulu	10
III METODE PENELITIAN	13
3.1 Hipotesis Penelitian	13
3.2 Kerangka Pemikiran Penelitian	13
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	14
3.4 Jenis dan Sumber Data	15
3.5 Metode Penentuan Sampel	15
3.6 Metode Pengumpulan Data	16
3.7 Metoda Pengolahan dan Analisis Data	16
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda	16
3.9 Analisis Deskriptif	16
3.10 Uji Validitas	17
3.11 Uji Reabilitas	17
3.12 Uji Asumsi	17
3.13 Uji Hipotesis	18
3.14 Uji F	18
3.15 Uji t	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Karakteristik Responden	19
4.2 Hasil Uji Validitas	22
4.3 Hasil Uji Reliabilitas	22
4.4 Hasil Uji Asumsi	22
4.5 Hasil Uji Hipotesis	23
4.6 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )	24
4.7 Hasil Uji F	24
4.8 Hasil Uji t	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



VI	SIMPULAN DAN SARAN	26
6.1	Simpulan	26
6.2	Saran	26
	DAFTAR PUSTAKA	27
	LAMPIRAN	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	RIWAYAT HIDUP	38



## DAFTAR TABEL

1	Pengguna <i>Internet</i> di Indonesia	1
2	Pengguna Media Sosial di Indonesia	2
3	Tingkat Konsumsi Buah	3
4	Tabel Penelitian Terdahulu	10
5	Jumlah Penduduk Jakarta Selatan Menurut Kecamatan	15
6	Kategori dan Skor Likert Jawaban Responden	16
7	Karakteristik Responden	20
8	Uji Multikolinieritas <i>Brand Campaign</i> dan <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	23
9	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	24
10	Hasil Uji Determinasi	24
11	Hasil Uji F	24
12	Hasil Uji t	25

## DAFTAR GAMBAR

1	Hipotesis Penelitian	13
2	Kerangka Pemikiran Penelitian	14
3	Hasil Uji Normalitas Skala	22
4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	23

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	30
2	Lampiran 2 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas	36

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## @Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.