



**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AWARENESS*,
CELEBRITY ENDORSER DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN
KESEHATAN MEREK KIRANTI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

OLEH

DEDE HUSNUL KHOTIMAH

41219006

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2023



**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AWARENESS*,
CELEBRITY ENDORSER DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN
KESEHATAN MEREK KIRANTI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

OLEH

DEDE HUSNUL KHOTIMAH

41219006

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AWARENESS*, *CELEBRITY ENDORSER* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN KESEHATAN MEREK KIRANTI**

Oleh

Nama : **DEDE HUSNUL KHOTIMAH**
NIM : **41219006**
Program Studi : **SI Manajemen**
Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**
Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal 05 bulan Juni tahun 2023.

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Mukhroji, S.E., M.M

NIDN. 0621058902

Penguji I

Adi Susanto., S.Pd., SH., MM

NIDN. 0602028302

Penguji II

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si

NIDN. 0622059001

Tanda Tangan



Diterima dan disahkan

Pada Tanggal.....2023

Dekan

Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Mukhroji, S.E., M.M
NIPY. 0621058902

Ketua

Program Studi SI Manajemen



Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 0622059001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dede Husnul Khotimah

Nim : 41219006

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya dan bukan merupakan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis mengacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan,, 2023

Yang membuat pernyataan



Dede Husnul Khotimah

NIM. 41219006

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

Dalam penyelesaian skripsi ini, beragam bimbingan, bantuan, dorongan, dan masukan yang penulis terima dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, secara tulus dan ikhlas penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman., S.H., M.Si, selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban sekaligus selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang dengan sabar telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dan memberikan masukan yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Sarah Dien Hawa,. S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban sekaligus selaku dosen penguji II skripsi penulis yang telah memberikan banyak masukan yang bermanfaat demi perbaikan skripsi ini.
4. Bapak Adi Susanto., S.Pd., SH., MM selaku dosen penguji I skripsi penulis yang telah memberikan banyak masukan yang bermanfaat demi perbaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, terima kasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
6. Segenap Staf Universitas Peradaban, yang telah memberikan layanan kepada penulis.

7. Teristimewa untuk kedua orang tua (Bapak Ma'ad Efendi dan Ibu Supriyati), selaku kedua orang tua penulis yang telah memberikan segalanya baik doa, materi, kasih sayang, motivasi, kesabaran yang membuat penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih banyak Bapak dan Ibu.
8. Rohmat Hidayat Tulloh dan Safitri Yani Barokah, selaku kakak dan adik penulis yang telah memberikan bantuan doa, materi, tenaga, kasih sayang, motivasi yang membuat penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih banyak.
9. Sahabat-sahabat seperjuanganku Ghibah Santuy (Fahria, Nurul, Tsasqia) untuk kebersamaan yang kalian berikan, bantuan yang kalian lakukan dan motivasi yang kalian berikan.
10. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen angkatan 2019. Terima kasih atas kebersamaan dan keceriaan selama penulis menempuh studi di Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, yang namanya tidak dapat penulis sebut satu per satu. Semoga Allah SWT membalas dan merahmati setiap langkah mereka dengan kebaikan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua. Kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini, penulis harapkan banyak-banyak terima kasih.

Paguyangan,,..... 2023

Penulis,

Dede Husnul Khotimah

NIM. 41219006

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *digital marketing*, *brand awareness*, *celebrity endorser* dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman kesehatan merek kiranti. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang mengkonsumsi produk kiranti diseluruh wilayah indonesia. Data yang digunakan pada penelitian adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada para responden yang mengkonsumsi produk kiranti secara online melalui google form. Sampel pada penelitian ini sebanyak 97 responden. Teknik dalam pengambilan sampel teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa *digital marketing*, *brand awareness*, *celebrity endorser* dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian minuman kesehatan merek kiranti.

Kata kunci : *Digital marketing*, *Brand awareness*, *Celebrity endorser*, Citra merek, Keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze digital marketing, brand awareness, celebrity endorsers and brand image on purchasing decisions for the Kiranti brand health drink. This research was conducted on consumers who consume products in approximately all regions of Indonesia. The data used in this study are primary data obtained from distributing questionnaires to respondents who consume Kiranti products online via Google from. The sample in this study were 97 respondents. Techniques in sampling non-probability sampling technique with accidental sampling method. The analysis in this study used multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 26. Based on the results of the study, it showed that digital marketing, brand awareness, celebrity endorsers and brand image had a positive effect on purchasing decisions for the Kiranti brand of health drinks.

Keywords: *Digital marketing, Brand awareness, Celebrity endorser, Brand image, Purchase decision.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	
viii	
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
A. Latar Belakang.....	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
B. Rumusan masalah	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
C. Tujuan penelitian	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
D. Manfaat Penelitian.....	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	

A. Telaah Pustaka	
.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1. Keputusan Pembelian	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2. Digital Marketing	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3. Brand Awareness.....	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4. Celebrity Endorse	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
5. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
B.Perumusan Hipotesis.....	
.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1. Penelitian Terdahulu.....	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2. Perumusan Hipotesis	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3. Kerangka Penelitian.....	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB III. METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
A.Metode Penelitian	
.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1. Jenis Penelitian	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2. Lokasi penelitian	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

3. Waktu Penelitian	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4. Populasi Dan Sampel.....	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
5. Sumber Data	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
6. Teknik Pengumpulan Data	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
7. Definisi Konsep Dan Operasional Variabel	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
B.Teknik Analisis Data	
.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1. Uji Instrumen.....	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2. Analisis Deskriptif.....	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3. Analisis Regresi Linear Berganda	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4. Uji Asumsi Klasik	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
A.Gambaran Umum Objek Penelitian.....	
.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2. Gambaran Umum Responden.....	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

B. Analisis Data dan Pembahasan	
..... Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
1. Analisis Data	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
2. Analisis Deskriptif	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
3. Analisis Regresi Linear Berganda	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
4. Uji Asumsi Klasik	62
5. Pembahasan	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
A. Kesimpulan	
..... Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
B. Saran	
..... Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
DAFTAR PUSTAKA	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
LAMPIRAN	
Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Kategori Minuman Kesehatan wanita 2019-2022	2
Tabel 2. Definisi Operasional dan Variabel	35
Tabel 3. Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	50
Tabel 5. Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 7. Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel 8. Jawaban Responden Untuk Digital Marketing (X1).....	55
Tabel 9. Jawaban Responden Untuk Variabel Brand Awareness (X2)	57
Tabel 10. Jawaban Responden Untuk Variabel Celebrity Endorser (X3)	58
Tabel 11. Jawaban Responden Untuk Variabel Citra Merek (X4)	60
Tabel 12. Hasil Regresi Linear Berganda	61
Tabel 13. Hasil Uji F	64
Tabel 14. Hasil Koefisien Determinasi	64
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	65
Tabel 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 17. Hasil Uji Multikolinearitas	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 2. Grafik Normal <i>P-P Plot</i>	66
Gambar 3. Pola Grafik <i>Scatterplot</i>	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian.....	94
Lampiran 3. Tabulasi Data Digital Marketing (X1)	97
Lampiran 4. Tabulasi Data Brand Awareness (X2).....	100
Lampiran 5. Tabulasi Data Celebrity Endorser (X3).....	103
Lampiran 6. Tabulasi Data Citra Merek (X4)	106
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	109
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Digital Marketing (X1)	110
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Awareness (X2)	111
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser (X3).....	112
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X4)	113
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	114
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Digital Marketing (X1).....	115
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Awareness (X2).....	116
Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Celebrity Endorser (X3)	117
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X4).....	118
Lampiran 17. Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	119
Lampiran 18. Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) (Lanjutan) .	120
Lampiran 19. Hasil Uji Analisis Deskriptif Digital Marketing (X1)	121
Lampiran 20. Hasil Uji Analisis Deskriptif Digital Marketing (X1) (Lanjutan).....	122
Lampiran 21. Hasil Uji Analisis Deskriptif Brand Awareness (X2).....	123
Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Deskriptif Brand Awareness (X2) (Lanjutan)	124

Lampiran 23. Hasil Uji Analisis Deskriptif Celebrity Endorser (X3).....	125
Lampiran 24. Hasil Uji Analisis Deskriptif Celebrity Endorser (X3) (Lanjutan)	126
Lampiran 25. Hasil Uji Analisis Deskriptif Citra Merek (X4)	127
Lampiran 26. Hasil Uji Analisis Deskriptif Citra Merek (X4) (Lanjutan).....	128
Lampiran 27. Hasil Analisis Descriptive Statistics	129
Lampiran 28. Hasil Analisis Linear Berganda	130
Lampiran 29. Hasil Uji Asumsi Klasik	131
Lampiran 30. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	132
Lampiran 31. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal P-P Plot.....	133
Lampiran 32. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser dan Scatterplot	134
Lampiran 33. Hasil Uji Multikolinearitas.....	135
Lampiran 34. Riwayat Hidup Penulis	136