

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aan Riana
Nomor Induk Mahasiswa : E2A016051
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ S1 Manajemen
Judul Usulan Penelitian Skripsi : Efektivitas *Social Media Marketing*,
Promosi, dan *Brand Image* terhadap
Minat Beli Salad Buah (Studi pada
Salad Nyoo via Instagram)

Telah memenuhi syarat dan dinyatakan lengkap sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.

Semarang, 13 April 2020

Dosen Pembimbing I

(Drs. Triyono, MM)

NIK. 195902061986031003

Dosen Pembimbing II

(Setia Iriyanto, SE, M.si)

NIK. 28.6.1026.032

Ketua Program Studi Manajemen

(Drs. Triyono, MM)

NIK. 195902061986031003

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dari Universitas Muhammadiyah Semarang maupun Perguruan Tinggi lainnya. Semua informasi yang dimuat dalam skripsi ini yang berasal dari penulisan lain baik yang dipublikasikan atau tidak, telah diberikan penghargaan dengan mengutip nama sumber penulis secara benar dan semua isi dari Skripsi ini sepenuhnya menjadi Tanggung Jawab saya sebagai penulis.



Semarang, 3 Februari 2020

Penulis



Aan Riana
E2A016051

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Semarang, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aan Riana
NIM : E2A016051
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Semarang **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Efektivitas *Social Media Marketing*, Promosi dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Salad Buah (Studi pada “Salad Nyoo” via Instagram)”.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Semarang berhak menyimpan dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 12 April 2020


Aan Riana
NIM. E2A016051

MOTTO

Inna ma'al 'usri yusroo

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al Insyiroh : 6)

“Jika kamu punya keberanian dan kekuatan untuk bisa bertahan, aku yakin kamu juga punya kekuatan untuk mengubah nasib”

Merry Riana

“Meskipun tidak bisa menjadi benar benar putih, tetaplah berbuat baik, menjadi baik dan lakukan yang terbaik”

Aan Riana

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS Al-Baqarah:286)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkah dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Efektivitas *Social Media Marketing*, Promosi, dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Salad Buah (Studi pada “Salad Nyoo” via Instagram)”**”

Skripsi ini disusun dan diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Manajemen. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-sebesarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual. Ucapan terimakasih oleh penulis tunjukan kepada:

1. Bapak Dr. Haerudin MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.
2. Bapak Drs. Triyono, MM selaku Dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu, memberi arahan, masukan, dan menyempurnakan skripsi ini.
3. Bapak Setia Iriyanto, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, memberi arahan, masukan, dan menyempurnakan skripsi ini.
4. Bapak Thomi Utomo dan Ibu Siti Imroatul Hikmah yang selalu mendukung kapanpun dan selalu mendoakan setiap saat, sehingga hanya kata terimakasih yang dapat saya ucapkan dalam persembahan ini, lebih

dari itu, rasa bersyukur dan ribuan terimakasih tak bisa tertulis ataupun diungkapkan dalam kata kata.

5. Rizky Saputri selaku kakak yang tak hentinya memberikan semangat untuk adik yang sedang berjuang dengan proposal skripsinya ini. Terimakasih untuk selalu sudi mendengarkan keluh kesah yang sering aku lontarkan dan selalu memotivasi.
6. Anggraeni Tri Zulqita dan Ramadhani, kedua adik tercinta yang selalu memberikan energi positif dan memberikan semangat setiap saat.
7. Teman temanku yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu yang senantiasa memberi dukungan, semangat bahkan telah menemani hingga skripsi ini jadi sebagaimana mestinya.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis menyelesaikan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna baik dari penyusunan, penulisan dan pembahasan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan pengalaman serta bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 15 Desember 2019

Aan Riana

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	
MOTTO	4
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	
KATA PENGANTAR.....	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
ABSTRACT.....	
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	
1.2 Rumusan Masalah	
1.3 Tujuan Penelitian.....	
1.4 Kegunaan Penelitian.....	
1.5 Sistematika Penulisan.....	
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	

2.1	Landasan Teori
2.1.1	Manajemen Pemasaran
2.1.2	Komunikasi Pemasaran
2.1.3	Sosial Media
2.1.4	<i>Sosial Media Marketing</i>
2.1.5	<i>Brand Image</i>
2.1.6	Minat Beli
2.1.7	Promosi
2.2	Penelitian Terdahulu
2.3	Kerangka Pemikiran
2.4	Pengembangan Hipotesis
2.4.1	Pengaruh <i>Sosial Media Marketing</i> terhadap Minat Pembelian
2.4.2	Pengaruh Promosi terhadap Minat Pembelian
2.4.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Pembelian
BAB III METODEOLOGI PENELITIAN	
3.1	Lokasi Penelitian
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional
3.2.1	Variable Penelitian dan Indikator
3.2.2	Definisi Operasional

3.3	Populasi dan Sampel
3.3.1	Populasi
3.3.2	Sampel.....
3.3.3	Primer.....
3.3.4	Sekunder
3.4	Metode Penelitian
3.5	Metode Analisis Data
3.5.1	Analisis Data Kualitatif
3.5.2	Analisis Data Kuantitatif
3.6	Jenis dan Sumber Data
3.6.1	Jenis Data
3.7	Uji Kualitas Data
3.7.1	Uji Validitas.....
3.7.2	Uji Realibilitas.....
3.8	Uji Asumsi Klasik.....
3.8.1	Uji Normalitas Data
3.8.2	Uji Asumsi Multikolinearitas
3.8.3	Uji Heteroskedastitas
3.8.4	Uji Autokorelasi

3.9	Analisi Regresi Linear Berganda
3.10	Uji Hipotesis.....
3.10.1	Uji t (Uji Parsial)
3.10.2	Uji F (Uji Simultan).....
3.10.3	Uji Koefisien Determinan
BAB IV HASIL DAN PENELITIAN	
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....
4.1.1	Gambaran Umum Salad Nyoo.....
4.1.2	Deskripsi Responden.....
4.1.3	Identitas Responden
4.2	Analisis Kuantitatif.....
4.2.1	Indikator Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X1).....
4.2.2	Indikator Variabel Promosi (X2)
4.2.3	Indikator Variabel <i>Brand Image</i> (X3).....
4.2.4	Indikator Variabel Minat Beli (Y1)
4.3	Uji Kualitas Data
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas
4.4	Uji Asumsi Klasik.....

4.4.1	Uji Normalitas.....
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....
4.4.4	Uji Autokorelasi.....
4.5	Analisis Penelitian.....
4.5.1	Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda
4.6	Uji Hipotesis.....
4.6.1	Uji Parsial (Uji t).....
4.6.2	Uji Simultan (Uji F).....
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi.....
4.7	Pembahasan
4.7.1	Efektivitas <i>Social Media Marketing</i> terhadap Minat Beli
4.7.2	Efektivitas Promosi terhadap Minat Beli
4.7.3	Efektivitas <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli
4.7.4	Efektivitas <i>Social Media Marketing</i> , Promosi dan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli
BAB V PENUTUP	
5.1	Kesimpulan
5.2	Saran.....

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

DAFTAR GAMBAR

gambar 1.1 Grafik penggunaan layanan yang diakses.....

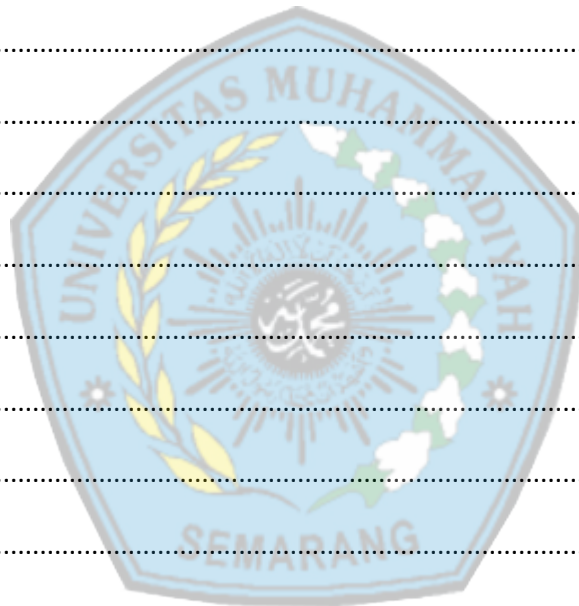
gambar 1.2 Grafik penggunaan sosial media.....

gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	
Tabel 4.1	
Tabel 4.2	
Tabel 4.3	
Tabel 4.4	
Tabel 4.5	
Tabel 4.6	
Tabel 4.7	
Tabel 4.8	
Tabel 4.9	
Tabel 4.10	
Tabel 4.11	
Tabel 4.12	
Tabel 4.13	
tabel 4.14	
tabel 4.15	
Tabel 4.16	
Tabel 4.17	



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Uji Validitas

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Uji Normalitas

Lampiran 6 Uji Multikolinearitas

Lampiran 7 Uji Heteroskedasitas

Lampiran 8 Uji Autokorelasi

Lampiran 9 Regresi Linear Berganda, Uji Parsial, Uji F dan Determinasi

