

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *PROMOSI ONLINE MEDIA*
SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP *MINAT BELI PRODUK*
FACETOLOGY PADA MAHASISWA *FKIP*
ANGKATAN 2021**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)**



**Oleh :
RIZKI PINASTI
NPM 2111025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BATURAJA
2025**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN PROMOSI *ONLINE MEDIA*
SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP MINAT BELI PRODUK
FACETOLOGY PADA MAHASISWA
FKIP ANGKATAN 2021**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RIZKI PINASTI
NPM : 2111025
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,



Dr. E. Mardiah Kenamon, S.E., M.Si
NIDN : 0228087501




Noviansyah, S.E., M.Si
NIDN : 0220117501

Mengetahui,

Dekan



Ketua

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Program Studi Manajemen




Dr. E. Mardiah Kenamon, S.E., M.Si
NIDN : 0228087501

Noviansyah, S.E., M.Si
NIDN : 0220117501

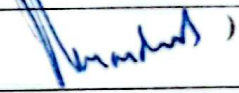

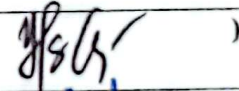
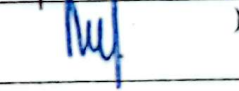


UNIVERSITAS BATURAJA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Terakreditasi institusi BAN-PT No.79/SK/BAN-PT/AA.KP/PT/II/2025
Jalan Ki Ratu Penghulu No.02301 Karang Sari Telepon (0735) 326122
Fax.(0735)321622
Baturaja – 32113 OKU Sumatera Selatan
Website : www.unbara.ac.id Email : Info@unbara.ac.id

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI


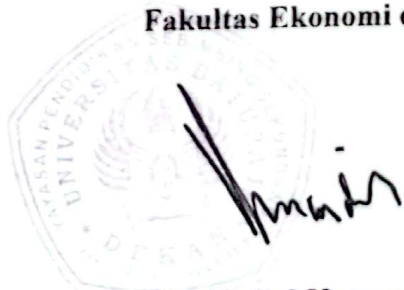
**Skripsi Ini Telah Dipertabankan dan Disahkan
Didepan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja
(12 Juli 2025)**

Ketua	<u>Dr.E. MARDIAH KENAMON, S.E., M.Si.</u> NIDN: 0228087501	()
Sekretaris	<u>NOVIANSYAH, S.E., M.Si.</u> NIDN : 02-2011-7501	()
Anggota I	<u>Dr.E. YUNITA SARI S.E., M.Si.</u> NIDN: 0209017601	()
Anggota II	<u>NOURMA WULANDA, S.Pd., M.M.</u> NIDN : 02-1812-9102	()


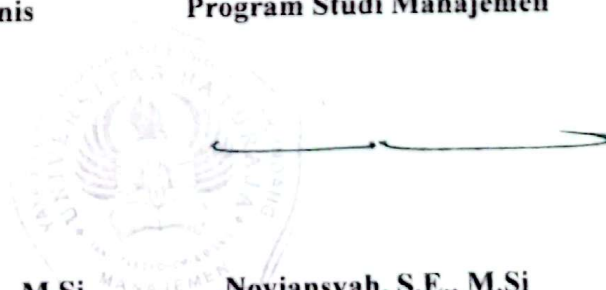
Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua
Program Studi Manajemen

Dr.E. Mardiah Kenamon, S.E., M.Si
NIDN: 0228087501

Noviansyah, S.E., M.Si
NIDN: 0220117501



UNIVERSITAS BATURAJA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Terakreditasi Institusi BAN-PT No. 7/SK/BAN-PT/AAK/KP/PT/07/2025
Jalan Ki Ratu Penghulu No.02301 Karang Sari Telepon (0735) 329122
Fax (0735) 321622
Baturaja – 32113 OKU Sumatera Selatan
Website www.unbara.ac.id Email info@unbara.ac.id

**PERSETUJUAN PERBAIKAN (REVISI)
SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : RIZKI PINASTI
NPM : 2111025
Tanggal Ujian : 4 Juli 2025
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness* dan Promosi *Online Media*
Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk *Facetology*
Pada Mahasiswa FKIP 2021

Telah Direvisi, Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi dan Diperkenankan untuk Dijilid dan Diperbanyak.

NO	NAMA PEMBAHAS	JABATAN PENGUJI	TANDA TANGAN
1.	<u>Dr.E. MARDIAH KENAMON, S.E., M.Si.</u> NIDN: 0228087501	Ketua	1.
1.	<u>NOVIANSYAH, S.E., M.Si.</u> NIDN : 02-2011-7501	Sekretaris	2.
2.	<u>Dr.E. YUNITA SARI S.E., M.Si.</u> NIDN: 0209017601	Anggota I	3.
3.	<u>NOURMA WULANDA, S.Pd., M.M.</u> NIDN : 02-1812-9102	Anggota II	4.

Baturaja, Juli 2025
Ketua Program Studi Manajemen



Noviansyah, S.E., M.Si
NIDN: 0220117501

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN PROMOSI *ONLINE MEDIA*
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK
FACETOLOGY PADA MAHASISWA
FKIP ANGKATAN 2021**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RIZKI PINASTI
NPM : 2111025
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui,


Pembimbing Pertama,



A blue ink signature is written over a faint circular stamp of Universitas Sembang Putih. The stamp contains the text 'UNIVERSITAS SEMBANG PUTIH' and 'DEKAN'.

Dr.E. Mardiah Kenamon, S.E., M.Si
NIDN : 0228087501

Pembimbing Kedua,



A green ink signature is written over a faint circular stamp of Universitas Sembang Putih. The stamp contains the text 'UNIVERSITAS SEMBANG PUTIH' and 'DEKAN'.

Noviansyah, S.E., M.Si
NIDN : 0220117501

PERNYATAAN KEASLIAN

KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RIZKI PINASTI
Tempat dan Tanggal Lahir : Sabahlioh, 04 Juni 2003
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
NPM : 2111025
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness* dan Promosi *Online Media* Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Facetology Pada Mahasiswa FKIP Angkatan 2021.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang di sajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali di sebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang di tetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Baturaja maupun perguruan tinggi lainnya.

Dengan demikian ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudia hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam penyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Baturaja, 25 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



RIZKI PINASTI

NPM: 2111025

DAFTAR ISI

COVER.....	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan penelitian.....	7
1.4 Manfaat penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.4 Pengetahuan, Kemauan, Dan Kemampuan Manajemen Pemasaran....	12
2.1.5 Karakteristik Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.6 Pengetahuan <i>Brand Awareness</i>	14
2.1.6.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	14
2.1.6.2 Asosiasi Merek.....	17
2.1.6.3 Loyalitas.....	17
2.1.6.4 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	17
2.1.6.5 Analisis Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	18
2.1.6.6 Pentingnya Mengukur <i>Brand Awareness</i>	19

2.1.6.7 Indikator <i>Brand Awareness</i>	20
2.1.7 Promosi <i>Online</i>	21
2.1.7.1 Pengertian Promosi <i>Online</i>	21
2.1.7.2 Tujuan promosi <i>Online</i>	22
2.1.7.3 Bentuk-bentuk promosi <i>online</i>	23
2.1.7.4 Bauran Promosi <i>Online</i>	23
2.1.7.5 Promosi Media Sosial	25
2.1.7.6 Indikator Promosi Melalui Media Sosial Instagram	25
2.1.8 Minat Beli	26
2.1.8.1 Pengertian Minat Beli	26
2.1.8.2 Pengaruh dalam Pembelian.....	28
2.1.8.3 Dimensi Minat Beli.....	28
2.1.8.4 Aspek Minat Beli	29
2.1.8.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	30
2.1.8.6 Indikator Minat Beli.....	30
2.1.9 Hubungan Antar Variabel	31
2.1.10 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli	31
2.1.11 Hubungan Promosi <i>Online</i> Terhadap Minat Beli	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
2.4 Hipotesis.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Metodologi Penelitian	41
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	41
3.3 Data dan sumber data	41
3.4 Teknik dan alat pengumpulan.....	41
3.4.2 Alat Pengumpulan Data.....	43
3.5 Populasi Penelitian	43
3.6 Model Analisis.....	44
3.6.1 Analisis Deskriptif	44
3.6.2 Analisis Data	44
3.7 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	44

3.7.1 Uji Validitas	45
3.7.2 Uji Reabilitas	45
3.7.3 Transformasi Data	46
3.8 Uji asumsi klasik	47
3.8.1 Uji Normalitas	47
3.8.2 Uji Multikolinearitas	48
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	49
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.10 Pengujian hipotesis	50
3.10.1 Pengujian secara individual / parsial (Uji – T)	51
3.10.2 Pengujian secara bersama-sama / Simultan (Uji F)	52
3.11 Analisis koefisien determinasi (R^2)	53
3.12 Batas Operasional Variabel	53
BAB IV GAMBARAN UMUM	55
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Facetology	55
4.2 Visi dan Misi Facetology	56
4.2.1 Visi	56
4.2.3 Logo Perusahaan Facetology	57
4.2.3 Struktur Organisasi Facetology	58
BAB V HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	59
5.1 Hasil Analisis	59
5.1.1 Karakteristik Responden	59
5.1.2 Uji Validitas	61
5.1.3 Uji Reabilitas	63
5.1.4 Uji Asumsi Klasik	64
5.1.4.1 Uji Normalitas	64
5.1.4.2 Uji Multikolinearitas	65
5.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas	67
5.1.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	68
5.1.4.5 Pengujian Hipotesis	70
5.1.4.5.2 Uji F (Pengujian Secara Bersama-sama/Simultan)	72

5.1.5 Analisis Koefisien Determinasi	74
5.2 Pembahasan	75
BAB VI	78
KESIMPULAN DAN SARAN	79
6.1 Kesimpulan	79
6.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	18
Gambar 2. 2 kerangka pemikiran	39
Gambar 3. 1 interval keyakinan 95% untuk diuji dua sisi	52
Gambar 3. 2 Uji Tingkat Keyakinan 95%.....	53
Gambar 4. 1 Logo Facetology	57
Gambar 4. 2 Top Sunscreen Brand	57
Gambar 4. 3 Strustuk Organisasi Facetology	58
Gambar 5. 1 Distribusi Uji t Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli Produk	71
Gambar 5.2 Distribusi Uji t pengaruh Promosi <i>Online</i> Terhadap Minat Beli Produk	72
Gambar 5. 3 Distrbusi F Pada Tingkat Kepercayaan 95%.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Mahasiswa FKIP Angkatan 2021
- Lampiran 3 Data Survei Mahasiswa
- Lampiran 4 Data Ordinal
- Lampiran 5 Data Interval
- Lampiran 6 Tabel R, Tabel T, Tabel F
- Lampiran 7 Hasil uji validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 8 Hasil spss uji Normalitas
- Lampiran 9 Hasil spss uji multikolinieritas
- Lampiran 10 Hasil spss uji Heterosedatisitas
- Lampiran 11 Hasil spss uji Regresi linier berganda
- Lampiran 12 Kartu Bimbingan Proposal
- Lampiran 13 Surat Riset
- Lampiran 14 Dokumentasi