

TUGAS AKHIR

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND AWARENESS*
DAN *DISCOUNT PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA BISNIS JASA TITIP PERLENGKAPAN ANAK *BRANDED* DI
INSTAGRAM @ELLERY.BABYKIDS**



PRO PATRIA

Oleh :

PRADANI DWI APRILIA

NIM : 01221042

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA**

2025

TUGAS AKHIR

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS DAN DISCOUNT PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BISNIS JASA TITIP PERLENGKAPAN ANAK BRANDED DI INSTAGRAM @ELLERY.BABYKIDS

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Universitas Narotama
Surabaya*



Oleh :

**PRADANI DWI APRILIA
NIM : 01221042**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN
PADA HARI KAMIS, TANGGAL 23 JANUARI 2025

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Awareness*, Dan *Discount Price* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Jasa Titip Perlengkapan Anak *Branded* Di Instagram @ellery.babykids

Disusun Oleh : Pradani Dwi Aprilia

NIM : 01221042

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Team Penguji :

1. DR. SENGGURUH NILOWARDONO , S.E., M.Si

2. Drs. Ec. R. AGUS BAKTIONO, MM.

3. ELOK DAMAYANTI, SE., MM

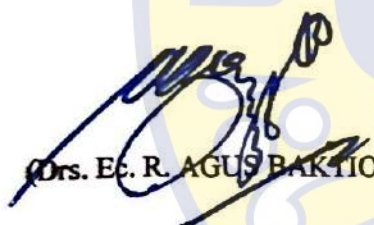
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS, DAN
DISCOUNT PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BISNIS
JASA TITIP PERLENGKAPAN ANAK *BRANDED* DI INSTAGRAM
@ELLERY.BABYKIDS**

DIAJUKAN OLEH:
Pradani Dwi Aprilia
01221042

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,


(Drs. Ec. R. AGUS BAKTIONO, MM.)

TANGGAL 17 MARET 2025

ASisten PROGRAM STUDI MANAJEMEN,



(Drs. SENGURUH NILOWARDONO, S.E., M.Si)

TANGGAL 17 MARET 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pradani Dwi Aprilia
NIM : 01221042
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND AWARENESS*,
DAN *DISCOUNT PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA BISNIS JASA TITIP PERLENGKAPAN ANAK *BRANDED* DI
INSTAGRAM @ELLERY.BABYKIDS**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Surabaya, 17 Maret 2025
Pembuat Pernyataan,



Pradani Dwi Aprilia
01221042

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pradani Dwi Aprilia
NIM : 01221042
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalti Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS, DAN
DISCOUNT PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BISNIS JASA
TITIP PERLENGKAPAN ANAK BRANDED DI INSTAGRAM
@ELLERY.BABYKIDS**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya
Pada Tanggal : 17 Maret 2025

Yang menyatakan

(Pradani Dwi Aprilia)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness, dan Discount Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Jasa Titip Perlengkapan Anak Branded Di Instagram @ellery.babykids**. Penelitian ini didasarkan pada meningkatnya popularitas bisnis jasa titip perlengkapan anak *branded* melalui *platform* Instagram, seperti @ellery.babykids. Media sosial kini menjadi alat pemasaran yang efektif, dengan strategi *social media marketing, brand awareness, dan discount price* sebagai faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Namun, masih sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh ketiga faktor tersebut dalam konteks bisnis jasa titip di Instagram.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama. Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan saya kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya yang hebat, bapak dan ibu yang selalu memberikan doa, restu, dukungan, dan kasih sayang yang sangat berarti bagi saya. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai dengan bangku perkuliahan. Namun beliau mampu mendidik penulis dan memberikan semangat serta motivasi yang tiada henti. Terimakasih yang amat besar sudah mendampingi saya. Terimakasih juga sudah melangitkan begitu banyak doa-doa baik untuk saya dalam menyelesaikan perkuliahan ini hingga selesai.
3. Kakak Perempuan saya. Terimakasih sudah membantu mendukung apapun yang saya lakukan selama ini.
4. Bapak Dr. Arasy Alimudin, SE.,MM selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak Dr. Agus Sukoco, ST., MM.. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya.
6. Bapak Dr. Sengguruh Nilowardono, S.E., M.Si selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
7. Bapak Drs. Ec. R. Agus Baktiono, MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya.

8. Bapak/Ibu dosen, staf, karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya, yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan saya Manajemen kelas B Angkatan 2021 yang telah berperan memberikan pengalaman selama dibangku kuliah. Terima kasih sudah setia menemani dari awal perkuliahan hingga saat ini. Kalian semua adalah manusia-manusia hebat yang pernah saya temui disepanjang perjalanan hidup saya.
10. Sahabat saya yang tak kalah hebatnya. Terimakasih sudah menjadi saudara tak sedarah yang masih bertahan hingga saat ini. Selalu memberikan support satu sama lain selama masa penulisan skripsi.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyusun skripsi.
12. Last but not least, Pradani Dwi Aprilia. Terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih sudah kuat sampai akhir. Terimakasih telah menyelesaikan skripsi ini sebaik dan semaksimal mungkin.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak.

Surabaya, 17 Maret 2025

Pradani Dwi Aprilia



ABSTRAK

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS, DAN DISCOUNT PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BISNIS JASA TITIP PERLENGKAPAN ANAK *BRANDED* DI INSTAGRAM @ELLERY.BABYKIDS

Oleh :

Pradani Dwi Aprilia

Dosen Pembimbing:

Drs.Ec. R. Agus Baktiono, MM.

Pemasaran melalui media sosial, kesadaran merek, dan harga diskon menjadi strategi yang banyak digunakan oleh pengusaha, terutama di *platform* media sosial seperti Instagram. Mereka memanfaatkan media ini untuk menjual produk dengan memposting foto atau video yang mencantumkan logo dan nama merek.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap pemilihan layanan titip beli perlengkapan anak bermerek di Instagram @ellery.babykids. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data primer dan sekunder dihimpun melalui kuesioner, pengamatan, dan dokumentasi dari 100 responden yang merupakan pelanggan setia. Analisis data dilakukan dengan pengujian validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda, diikuti dengan uji F dan T menggunakan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics* versi 25.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran melalui media sosial, kesadaran merek, dan harga diskon memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara individu maupun bersamaan.

Kata Kunci: *Social Media Marketing, Brand Awareness, Discount Price, Keputusan Pembelian, Jasa Titip.*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS, AND DISCOUNT PRICE ON PURCHASE DECISIONS IN THE BRANDED CHILDREN'S EQUIPMENT DELIVERY SERVICE BUSINESS ON INSTAGRAM @ELLERY. BABYKIDS

By:
Pradani Dwi Aprilia

Advisor Lecturer:
Drs.Ec. R. Agus Baktiono, MM.

Social media marketing, brand awareness, and discount price have become popular strategies used by entrepreneurs, especially on social media platforms like Instagram. They utilize this media to sell products by posting photos or videos that include logos and brand names.

This study aims to evaluate the influence of these three factors on the selection of branded children's products purchase services on Instagram @ellery.babykids. Using a quantitative approach, primary and secondary data were collected through questionnaires, observations, and documentation from 100 loyal customers. Data analysis was conducted through validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis, followed by F and T tests using IBM SPSS Statistics version 25.

The findings of this study show that social media marketing, brand awareness, and discount price have a positive and significant effect on purchasing decisions, both individually and simultaneously.

Keywords: Social Media Marketing, Brand Awareness, Discount Price, Purchase Decision, Personal Shopping Service.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.5. Batasan Masalah	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Kerangka Teori	26
2.2.1 Social Media Marketing.....	26
2.2.2.Platform Instagram.....	27
2.2.3.Brand Awareness	31
2.2.4.Discount Price.....	33
2.2.5.Keputusan Pembelian.....	36

2.3. Kerangka Konsep Penelitian.....	39
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	40
2.4.1. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	40
2.4.2. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.4.3. Pengaruh <i>Discount Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.4.4. Pengaruh <i>Social Media Marketing, Brand Awareness, dan Discount Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Pendekatan Penelitian	43
3.2. Populasi dan Sampel.....	43
3.2.1. Populasi	43
3.2.2. Sampel.....	44
3.3. Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data	44
3.3.1. Jenis Data	44
3.3.2. Sumber Data.....	45
3.3.3. Teknik Pengambilan Data	46
3.4. Variabel dan Definisi Operasional	47
3.5. Desain Instrumen Penelitian	50
3.6. Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Deskripsi Operasional	55
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	58
4.2.1. Karakteristik Responden	58
4.2.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
4.3. Analisa Data dan Pengujian Hipotesis	70
4.3.1. Uji Validitas	70
4.3.2. Uji Reliabilitas	72
4.3.3. Uji Asumsi Klasik	73
4.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda	76
4.3.5. Uji Hipotesis.....	78
4.3.6. Uji Koefisien Determinasi.....	82
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	84
4.4.1. Pengaruh <i>Social media marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian jasa titip perlengkapan anak <i>branded</i> di Instagram @ellery.babykids.....	84

4.4.2. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian jasa titip perlengkapan anak <i>branded</i> di Instagram @ellery.babykids.....	86
4.4.3. Pengaruh <i>Discount Price</i> terhadap Keputusan Pembelian jasa titip perlengkapan anak <i>branded</i> di Instagram @ellery.babykids.....	87
4.4.4. Pengaruh <i>Social media marketing</i> , <i>Brand Awareness</i> , <i>Discount Price</i> bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian jasa titip perlengkapan anak <i>branded</i> di Instagram @ellery.babykids.	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1. Kesimpulan.....	93
5.2. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	99
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penjualan Tahunan @ellery.babykids	3
Tabel 2 Matriks Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3 Penggunaan Skor Dalam Kuesioner	46
Tabel 4 Desain Instrumen Penelitian.....	50
Tabel 5 Proporsi Responden yang Mengikuti Akun Instagram @ellery.babykids.....	59
Tabel 6 Persentase Responden Melakukan Pembelian	59
Tabel 7 Persentase Responden Pembelian Berulang @ellery.babykids	60
Tabel 8 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 9 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 10 Persentase Lokasi Tempat Tinggal Responden	62
Tabel 11 Data Kuesioner Pemasaran Media Sosial	63
Tabel 12 Data Kuesioner Brand Awareness	65
Tabel 13 Data Kuesioner Discount Price.....	67
Tabel 14 Data Kuesioner Keputusan Pembelian	69
Tabel 15 Hasil Uji Validitas	71
Tabel 16 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 17 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel 18 Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 19 Hasil Uji Heterokedasitas	75
Tabel 20 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 21 Hasil Uji T	79
Tabel 22 Hasil Uji F	81
Tabel 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Platform Media Sosial	2
Gambar 2 Diagram Batang Penjualan Tahunan @ellery.babykids	4
Gambar 3 Perkembangan Usaha Bisnis Jastip Instagram.....	5
Gambar 4 Akun Instagram @ellery.babykids	6
Gambar 5 Kerangka Berpikir Penelitian.....	39
Gambar 6 Gallery Produk Perlengkapan Anak	56
Gambar 7 Testimoni Pelanggan	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....	100
Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden.....	105
Lampiran 3 Uji Validitas	117
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	120
Lampiran 5 Uji Normalitas.....	121
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas	122
Lampiran 7 Uji Heterokedasitas	122
Lampiran 8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	122
Lampiran 9 Uji T	123
Lampiran 10 Uji F	123
Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi.....	123
Lampiran 12 Dokumentasi Kuesioner Online	124
Lampiran 13 Produk Bisnis Jasa Titip di Instagram @ellery.babykids.....	124
Lampiran 14 Form Berita Bimbingan Skripsi	125
Lampiran 15 Hasil Plagiasi	126
Lampiran 16 Sertifikat Conference	127