

HALAMAN MOTTO

“Tetaplah tenang di tengah tantangan dan kesulitan, karena ketenangan adalah kunci untuk menemukan solusi dan meraih kemenangan”

(Retno Vivi Febryani)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini maka penulis mempersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua (Bapak Saryono & Ibu Suparni) yang selalu mendo'akan, memberikan semangat, perhatian dan dukungannya. Terima kasih untuk seluruh cinta yang diberikan kepada penulis.
2. Bapak Ahmad Syarifudin, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan sabar dalam menyusun skripsi.
3. Kakak (Ika Findia Astuti) dan adik (Rasya Akbar Sulistiawan) yang selalu memberikan semangat dan dorongan agar rajin mengerjakan skripsi.
4. Anisa Saraswati saudara sekaligus sahabat penulis yang selalu siap mendengar semua keluh kesah dalam menyusun skripsi.
5. Widya Khoerunnisa sahabat penulis sejak awal kuliah yang selalu siap mendengar segala cerita dan keluh kesah penulis. Terima kasih sudah kebersamai dan selalu ada baik senang maupun sedih.
6. Cimplukan gengs (Widya, Salsa, Syahrul, Cica, Vivin, Fajar, dan Bayu) yang selalu memberikan dorongan dan semangat.
7. Seperanakan gengs (Hani, Widya, Ilam, Septi, dan Azizah) anak-anak lucu yang sering direpotkan dalam menyusun skripsi.
8. Teman-teman BEM Bara Adidaya dan BEM Raksa Ardibrata yang sudah kebersamai penulis sampai hari ini.
9. Seluruh pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *social media marketing*, inovasi produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian susu UHT Cimory. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Putra Bangsa dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, uji simultan, dan uji koefisien determinasi. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS *for windows version 25.0*. hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, (3) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (4) *Social Media Marketing*, Inovasi Produk, dan *Brand Image* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Implikasi dari penelitian ini Cimory dapat memperbanyak konten di media sosial, membuat inovasi desain kemasan dan mengadakan seminar untuk Gen Z agar *brand image* dikenal semakin baik.

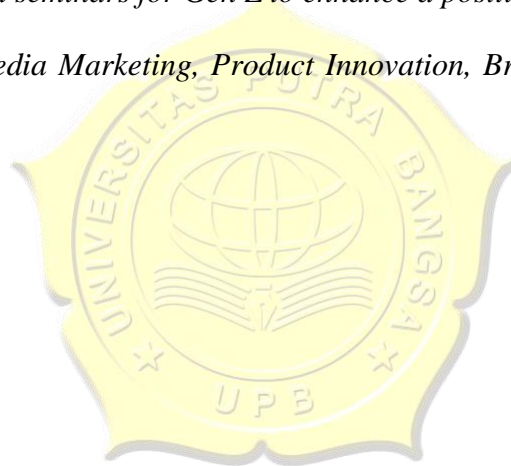
Kata kunci: *Social Media Marketing*, Inovasi Produk, *Brand Image*, dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of social media marketing, product innovation, and brand image affect the decision to buy Cimory UHT milk. The target population in this research consists of students from Universitas Putra Bangsa. The sample used consist of 100 respondents, and data collection was done through questionnaires. The data analysis methods employed include validity and reliability tests of the instruments, classical assumption tests, multiple linier regression analysis, hypothesis testing, simultaneous testing, and the coefficient of determination test. The data was processed using SPSS for Windows version 25.0. The research findings indicate that: (1) Social Media Marketing has a positive effect on Purchase Decision, (2) Product Innovation has no effect on Purchase Decision, (3) Brand Image has a positive effect on Purchase Decision, (4) Social Media Marketing, Product Innovation, and Brand Image collectively have a positive effect on Purchase Decision. The implications of this research are that Cimory to improve the content on social media, to create packaging design innovations and hold seminars for Gen Z to enhance a positive brand image.

Keyword: *Social Media Marketing, Product Innovation, Brand Image, Purchase Decision*



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing*, Inovasi Produk, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Cimory”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Terselesainya skripsi ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dan dukungannya dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Akhmad Syarifudin S.E.,M.Si. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan hingga terselesainya skripsi ini.
3. Seluruh teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam mengerjakan skripsi.
4. Mahasiswa Universitas Putra Bangsa yang bersedia menjadi responden, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan, bimbingan, motivasi, bantuan, dan semangat yang diberikan pihak-pihak bersangkutan akan mendapat balasan kebaikan dari Allah

SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan kesalahan. Maka dari itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna perbaikan dan evaluasi untuk menjadi lebih baik. Selain itu penulis berharap skripsi ini dapat dimanfaatkan bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori	17

2.1.1.	Teori Perilaku Konsumen	17
2.1.2.	Keputusan Pembelian.....	19
2.1.3.	<i>Social media marketing</i>	23
2.1.4	Inovasi Produk	26
2.1.5	<i>Brand Image</i>	28
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	31
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	39
2.3.1	Hubungan Antara <i>Social media marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.3.2	Hubungan Antara Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	40
2.3.3	Hubungan Antara <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	41
2.4.	Model Empiris	42
2.5.	Hipotesis	43
BAB III.....		44
METODE PENELITIAN.....		44
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	44
3.1.1	Objek Penelitian.....	44
3.1.2	Subjek Penelitian.....	44
3.2.	Variabel Penelitian	44
3.2.1	Variabel Dependen (Y)	44
3.2.1	Variabel Independen (X).....	45
3.3.	Definisi Operasional Variabel	45
3.3.1.	Keputusan Pembelian.....	45
3.3.2.	<i>Social media marketing</i>	46
3.3.3.	Inovasi Produk	47

3.3.4.	<i>Brand Image</i>	48
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	49
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.1.	Jenis Data	50
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6.	Populasi dan Sampel.....	52
3.6.1.	Populasi Penelitian	52
3.6.2.	Sampel Penelitian.....	52
3.6.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.7.	Teknik Analisis.....	53
3.7.1.	Analisis Deskriptif	53
3.7.2.	Analisis Kuantitatif	54
BAB IV	62
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1.	Gambaran Umum	62
4.1.1.	Sejarah berdirinya PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk	62
4.1.2.	Visi, Misi, dan Nilai-nilai Perusahaan	63
4.2.	Analisis Deskriptif.....	64
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	65
4.3.	Analisis Statistik.....	66
4.3.1.	Uji Instrumen	66
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik.....	70
4.3.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.3.4.	Pengujian Hipotesis.....	75

4.4	Pembahasan	79
4.4.1	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian susu UHT Cimory	79
4.4.2	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian susu UHT Cimory80	
4.4.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian susu UHT Cimory	81
4.4.4	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> , Inovasi Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	82
BAB V.....		83
SIMPULAN		83
5.1.	Simpulan.....	83
5.2.	Keterbatasan	84
5.3.	Implikasi.....	84
5.3.1	Implikasi Praktis	84
5.3.2	Implikasi Teoritis.....	85
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN.....		93

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Ragam Jenis Minuman Kemasan Favorit Masyarakat Indonesia	2
Tabel I-2 Merek Susu Cair UHT yang Paling Sering Dikonsumsi	3
Tabel I-3 Merek Susu UHT yang Paling Sering Dikonsumsi Masyarakat Indonesia (Februari 2023)	3
Tabel I-4 Varian Rasa Beberapa Merek Susu UHT Lokal	7
Tabel I-5 Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Susu UHT Cimory 10	
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian..	46
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Social Media Marketing</i>	47
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Inovasi Produk.....	48
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i>	49
Tabl IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabl IV-2 Uji Validitas Variabel <i>Social Media Marketing</i>	67
Tabl IV-3 Uji Validitas Variabel Inovasi Produk	67
Tabl IV-4 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	68
Tabl IV-5 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	68
Tabl IV-6 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabl IV-7 Hasil Uji Kormologol-Smirnov.....	70
Tabl IV-8 Hasil Uji Multikolonieritas.....	71
Tabl IV-9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
Tabl IV-10 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	75
Tabl IV-11 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	77
Tabl IV-12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Laporan Penjualan PT Cisarua Mountain Dairy.....	4
Gambar I-2 Pengguna Media Sosial di Indonesia Dari Tahun 2017-2024	5
Gambar II-1 Model Empiris	42
Gambar IV-1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	93
Lampiran II Data Responden	96
Lampiran III Tabulasi Data Kuesioer	99
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	104
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas.....	108
Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik.....	109
Lampiran VII Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	111
Lampiran VIII Hasil Uji Hipotesis.....	112
Lampiran IX Tabel r.....	113
Lampiran X Tabel t.....	116
Lampiran XI Tabel f.....	120
Lampiran XII Kartu Konsultasi Skripsi	123
Lampiran XIII Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal	124

