

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI MEDIASI *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE*
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING**



Oleh :

Cindy Anwar

NPM : 21.1.02.80258

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

(STIESIA) SURABAYA

2025

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI MEDIASI *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE*
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING**



Oleh:

Cindy Anwar

NPM: 21.1.02.80258

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

(STIESIA) SURABAYA

2025

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI MEDIASI *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE*
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh:

Cindy Anwar

NPM: 21.1.02.80258

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
(STIESIA) SURABAYA**

2025

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI MEDIASI *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE*
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING**

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

Cindy Anwar

NPM: 21.1.02.80258

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal 26 April 2025

Susunan Tim Penguji:

Ketua : Prof. Dr. Suwitho, M.Si.

Anggota : 1. Dr. Ir. Marsudi Lestariningsih, M.Si.

2. Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Prof. Dr. Suwitho, M.Si.

Prof. Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA,



Prof. Dr. Nur Padjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Cindy Anwar

NPM : 21.1.02.80258

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MEDIASI *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE* PADA PRODUK SCARLETT WHITENING

Diajukan untuk diuji pada tanggal 26 April 2025, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 26 April 2025

Yang membuat pernyataan,



Cindy Anwar

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Cindy Anwar
NPM : 21.1.02.80258
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Ponorogo, 10 Juli 2003
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 (Dua)/2 (Dua)
Alamat Rumah : Jl. Kedung Anyar 1/31 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Warni Subagio
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Kedung Anyar 1/31 Surabaya
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Pedagang

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Sawahan 1 Surabaya tahun 2015.
2. Tamat SLTP di SMPN 10 Surabaya tahun 2018.
3. Tamat SLTA di SMK Farmasi Surabaya 2021.
4. Pendidikan Tinggi (PT)

| Nama PT | Tempat | Semester | Tahun | Keterangan |
|---------|----------|----------|-----------|------------|
| STIESIA | Surabaya | 1-V11 | 2021-2025 | Mahasiswa |

D. RIWAYAT PEKERJAAN

| Tahun | Bekerja di | Pangkat/Golongan | Jabatan |
|-------|------------|------------------|---------|
| - | - | - | - |

Dibuat dengan sebenarnya


Cindy Anwar

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MEDIASI *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE* PADA PRODUK SCARLETT WHITENING”. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi S1 Manajemen serta memperoleh gelar sarjana manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Peneliti menyadari dalam setiap proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, bimbingan, dukungan, dan semangat yang telah diberikan dari berbagai pihak yang terlibat. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Prof. Dr. Suwitho, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, serta selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas segala bimbingan, masukan, dan arahan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen yang telah membantu memberikan banyak ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis selama di bangku perkuliahan.

4. Yang sangat tercinta kedua orang tua penulis yaitu Bapak Warni Subagio dan Ibu Sri Maryati yang senantiasa selalu memberikan doa, dukungan, nasihat, semangat, dan pengorbanan yang tak terhingga sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga selalu dilimpahkan kemudahan, kesehatan agar dapat selalu menemani di setiap perjuangan dan pencapaian penulisan.
5. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan penulis mahasiswa STIESIA angkatan 2021 yang telah menemani semasa perkuliahan serta seluruh pihak yang turut membantu memberikan doa maupun dukungan yang tidak dapat disebutkan penulis satu persatu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan semua pihak, terima kasih.

Surabaya, 26 April 2025


Cindy Anwar

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI | i |
| HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN JUDUL SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | v |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| ABSTRACT | xvi |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian | 11 |
| BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 12 |
| 2.1 Tinjauan Teoritis | 12 |
| 2.1.1 <i>Digital Marketing</i> | 12 |
| 2.1.2 <i>Brand Awareness</i> | 20 |
| 2.1.3 <i>Brand Image</i> | 24 |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian..... | 30 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 2.2 | Penelitian Terdahulu | 34 |
| 2.3 | Rerangka Pemikiran dan atau Rerangka Konseptual | 37 |
| 2.4 | Pengembangan Hipotesis | 38 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN..... | | 44 |
| 3.1 | Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian | 44 |
| 3.1.1 | Jenis Penelitian | 44 |
| 3.1.2 | Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian | 44 |
| 3.2 | Teknik Pengambilan Sampel..... | 45 |
| 3.2.1 | Penentuan Jumlah Anggota Sampel..... | 45 |
| 3.2.2 | Teknik Sampling..... | 46 |
| 3.3 | Teknik Pengumpulan Data..... | 46 |
| 3.3.1 | Jenis Data..... | 46 |
| 3.3.2 | Sumber Data..... | 47 |
| 3.3.3 | Teknik Pengambilan Data | 47 |
| 3.4 | Variabel dan Definisi Operasional Variabel..... | 48 |
| 3.4.1 | Variabel Penelitian..... | 48 |
| 3.4.2 | Definisi Operasional Variabel | 49 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data..... | 51 |
| 3.5.1 | Uji Instrumen | 52 |
| 3.5.2 | Permodelan Persamaan Struktural | 54 |
| 3.5.3 | Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> | 56 |
| 3.5.4 | Uji Struktural atau <i>Inner Model</i> | 58 |
| 3.5.5 | Uji Mediasi | 59 |
| BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 61 |
| 4.1 | Hasil Penelitian | 61 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Scarlett Whitening | 61 |
| 4.1.2 | Uji Instrumen | 62 |
| 4.1.3 | Deskripsi Karakteristik Responden | 64 |
| 4.1.4 | Deskriptif Variabel Penelitian | 66 |

| | | |
|--------------------------|--|------------|
| 4.1.5 | Analisis Data | 71 |
| 4.1.5.1 | Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 71 |
| 4.1.5.2 | Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)..... | 78 |
| 4.1.5.3 | Uji Mediasi..... | 87 |
| 4.2 | Pembahasan | 89 |
| 4.2.1 | Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> | 89 |
| 4.2.2 | Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap <i>Brand Image</i> | 90 |
| 4.2.3 | Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 91 |
| 4.2.4 | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian | 91 |
| 4.2.5 | Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian | 92 |
| 4.2.6 | Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Awareness</i> | 93 |
| 4.2.7 | Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Image</i> | 94 |
| BAB 5 | PENUTUP..... | 95 |
| 5.1 | Simpulan..... | 95 |
| 5.2 | Keterbatasan | 97 |
| 5.3 | Saran..... | 97 |
| JADWAL PENELITIAN | | 100 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 101 |
| LAMPIRAN | | 105 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1 Data penjualan brand <i>body lotion</i> terlaris | 3 |
| Tabel 2 Top brand kategori <i>body lotion</i> | 3 |
| Tabel 3 Data pengguna media sosial di Indonesia | 4 |
| Tabel 4 Penelitian Terdahulu | 34 |
| Tabel 5 Skala <i>Likert</i> | 48 |
| Tabel 6 Hasil Uji Validitas Instrumen | 62 |
| Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen..... | 63 |
| Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 64 |
| Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 65 |
| Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian | 66 |
| Tabel 11 Interval Kelas | 67 |
| Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Digital Marketing</i> | 68 |
| Tabel 13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i> | 68 |
| Tabel 14 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> | 69 |
| Tabel 15 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian | 70 |
| Tabel 16 Hasil <i>Loading Factor</i> | 73 |
| Tabel 17 Hasil <i>Cross Loading</i> | 75 |
| Tabel 18 Hasil Nilai AVE | 75 |
| Tabel 19 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> | 77 |
| Tabel 20 Hasil <i>Composite Reliability</i> | 78 |
| Tabel 21 <i>Original Sample</i> Pengaruh Langsung | 79 |
| Tabel 22 <i>Original Sample</i> Pengaruh Tidak Langsung..... | 81 |
| Tabel 23 Hasil <i>R-Square</i> | 82 |
| Tabel 24 Hasil Uji Hipotesis | 84 |
| Tabel 25 Hasil Uji Mediasi | 87 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2 Permodelan Persamaan Struktural | 54 |
| Gambar 3 Model Skema Penelitian..... | 72 |
| Gambar 4 Grafik <i>Bootsrapping</i> | 84 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN | 105 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data..... | 109 |
| Lampiran 3 Hasil Output <i>SmartPLS</i> | 118 |
| Lampiran 4 Surat Tugas Bimbingan | 123 |
| Lampiran 5 Kartu Konsultasi Bimbingan | 124 |
| Lampiran 6 Surat Ijin Riset..... | 125 |
| Lampiran 7 Sertifikat Hasil Penelitian..... | 126 |
| Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Plagiasi..... | 127 |
| Lampiran 9 Hasil Plagiasi..... | 128 |

