

**PENGARUH *EVENT SPONSORSHIP*, *DIGITAL MARKETING* DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK EMINA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

SKRIPSI

Oleh :

Mutiara Shalsabilla

202110325073



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Event Sponsorship*, *Digital Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Nama Mahasiswa : Mutiara Shalsabilla

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325073

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Kamis, 06 Februari 2025

Jakarta, 13 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN: 0318087101



Dr. Bayu Seno Pitoyo, S.E, M.Ak

NIDN: 0302129101

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Event Sponsorship, Digital Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Nama Mahasiswa : Mutiara Shalsabilla

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325073

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Kamis, 06 Februari 2025

Jakarta, 13 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., M.B.A
NIDN: 0310036407

Sekretaris Tim Penguji : Ir. Djuni Thamrin, M.Sc., Ph.D
NIDN: 0307066401

Penguji : Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN: 0318087101

Demulgan
[Signature]
[Signature]

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN: 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN: 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Shalsabilla
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325073
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 28 Januari 2004
Alamat : Perumahan Graha Prima Blok H1 No. 28 RT
006/006 Desa Mangunjaya, Kecamatan Tambun
Selatan, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Event Sponsorship, Digital Marketing, Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 13 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Mutiara Shalsabilla

202110325073

ABSTRAK

Mutiara Shalsabilla (202110325073). Pengaruh *Event Sponsorship*, *Digital Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Event Sponsorship*, *Digital Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kuantitatif. Adapun cara pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden yang memenuhi kriteria. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan metode *Non Probability Sampling* serta menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk analisis data menggunakan Teknik analisis regresi linear berganda dan diuji menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen *Event Sponsorship*, *Digital Marketing* dan *Brand Awareness* secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen Keputusan pembelian, variabel *Event Sponsorship* dan *Brand Awareness* secara parsial memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian, sedangkan variabel *Digital Marketing* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Event Sponsorship*, *Digital Marketing*, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Mutiara Shalsabilla (202110325073). *The Influence of Event Sponsorship, Digital Marketing, and Brand Awareness on Purchase Decisions of Emina Products (A Case Study of Students at Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).* This study aims to examine the influence of Event Sponsorship, Digital Marketing, and Brand Awareness on the purchase decisions of Emina products. This research uses a Quantitative Descriptive method. Data collection was done using a questionnaire distributed to respondents who met the criteria. The sample used in this study consists of 100 respondents, with a Non-Probability Sampling method and purposive sampling technique. For data analysis, Multiple Linear Regression Analysis was used and tested with SPSS version 25. The results of the study show that the independent variables Event Sponsorship, Digital Marketing, and Brand Awareness simultaneously have a significant effect on the dependent variable, Purchase Decision. The variables of Event Sponsorship and Brand Awareness, when considered separately, have a partial and significant effect on the Purchase Decision variable, while the Digital Marketing variable, when considered separately, does not have a significant effect on the Purchase Decision variable.

Keywords: Event Sponsorship, Digital Marketing, Brand Awareness, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

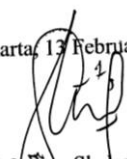
Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya serta nikmat iman dan kecerdasan dalam kehidupan ini. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Event Sponsorship, Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Studi Strata I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyelesaian studi dan penelitian skripsi ini, peneliti banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan membantu dalam penelitian proposal ini. Melalui kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan selaku Dosen Pembimbing I Skripsi, yang telah membantu dalam memberikan kritik, saran dan pengarahan dalam proses penelitian skripsi.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, ST., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Bayu Seno Pitoyo, S.E, M.Ak Dosen Pembimbing II Skripsi, yang telah membantu dalam memberikan kritik, saran, motivasi yang membangun dan pengarahan dalam proses penelitian skripsi.
5. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik, peneliti berterima kasih atas motivasi dan bimbingannya peneliti bisa menyelesaikan perkuliahan dengan tepat waktu.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan bagi peneliti selama menjalani masa perkuliahan.
7. Bapak Hariadi dan Ibu Tutimah selaku orang tua peneliti yang telah memberikan do'a, semangat dan dukungan yang tak terhingga baik moral maupun materi yang sangat berarti selama ini bagi peneliti.
8. Atin Fatimah, Dewi Septyaningsih, Tudi Prasetyo dan Angga Adi Kurniawan selaku saudara/i kandung peneliti yang sangat suportif, saling mendukung dan memberikan semangat yang luar biasa kepada peneliti, terima kasih karena telah kebersamaan peneliti selama ini.
9. Amanda Dwi Putri, Dini Khairiah, Alycia Agustina, Sesi Mulyawati, Syalwa Widya, Hani Geralda dan Vivi Indriani selaku teman-teman peneliti yang selalu ada untuk saling mendukung, membantu dan bertukar cerita, semoga kalian diberikan kebahagiaan, kesehatan serta kesuksesan.
10. Teman-teman program studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah berjuang, memberikan dukungan serta semangat dan menjadi tempat berbagi ilmu pengetahuan dalam membantu peneliti menyelesaikan proposal ini.
11. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang dan bekerja keras selama proses penulisan skripsi ini, meskipun terkadang menghadapi berbagai tantangan dan kesulitan. Peneliti bangga atas dedikasi yang telah ditunjukkan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati peneliti menerima saran dan kritik pembaca.

Jakarta, 13 Februari 2025

Mutiara Shalsabilla
202110325073

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.2 Variabel Bebas (<i>Independent Variable/IV</i>)	11
2.2.1 <i>Event Sponsorship</i>	11
2.2.2 <i>Digital Marketing</i>	20
2.2.3 <i>Brand Awareness</i>	28

2.3 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable/DV</i>).....	35
2.3.1 Keputusan Pembelian	35
2.4 Penelitian Terdahulu.....	40
2.5 Kerangka Konseptual	44
2.6 Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III	49
METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Desain Penelitian.....	49
3.2 Subjek Penelitian.....	50
3.3 Lokasi Penelitian	51
3.4 Populasi dan Sampel	51
3.4.1 Populasi.....	51
3.4.2 Sampel	51
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.6 Sumber Data	53
3.7 Operasionalisasi Variabel.....	54
3.8 Teknik Analisis Data.....	58
3.8.1 Uji Validitas.....	58
3.8.2 Uji Reliabilitas	59
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.8.4 Uji Regresi Linier Berganda	60
3.8.5 Uji Hipotesis	61
BAB IV	63
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum	63
4.1.1 Profil <i>Brand Emina</i>	63

4.1.2 Visi dan Misi Emina	65
4.1.3 Macam-macam produk Emina.....	66
4.2 Uji Instrumen.....	67
4.2.1 Uji Validitas.....	67
4.2.2 Uji Realibilitas	70
4.3 Hasil Penelitian.....	71
4.3.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	71
4.3.2 Identitas Responden.....	71
4.4 Analisis Data	77
4.4.1 Analisis Deskriptif	77
4.4.2 Deskripsi Variabel <i>Event Sponsorship</i>	78
4.4.3 Deskripsi Variabel <i>Digital Marketing</i>	79
4.4.4 Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness</i>	80
4.4.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	81
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.5.1 Uji Normalitas.....	81
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	83
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	84
4.6 Analisis Linear Berganda	85
4.7 Pengujian Hipotesis Statistik.....	86
4.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	86
4.7.2 Uji F	89
4.7.3 Uji R.....	90
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	90
4.8.1 Pengaruh <i>Event Sponsorship</i> Terhadap Keputusan Pembelian	91

4.8.2 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	91
4.8.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	92
4.8.4 Pengaruh <i>Event Sponsorship, Digital Marketing</i> dan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	93
4.8.5 Strategi Pemasaran yang dapat di Implementasikan.....	93
BAB V.....	95
KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	96
5.3 Keterbatasan Penelitian	97
REFERENSI	98
LAMPIRAN.....	104



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Skala Likert Kuesioner.....	53
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen.....	54
Tabel 4.1 Macam-macam produk Emina	66
Tabel 4.2 Uji Validitas <i>Event Sponsorship</i> (X_1)	68
Tabel 4.3 Uji Validitas <i>Digital Marketing</i> (X_2)	68
Tabel 4.4 Uji validitas <i>Brand Awareness</i> (X_3).....	69
Tabel 4.5 Uji validitas Keputusan Pembelian (Y)	69
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.7 Hasil penyebaran dan penerimaan kuesioner	71
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas	74
Tabel 4.11 Jawaban Responden Pada Variabel <i>Event Sponsorship</i>	78
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel <i>Digital Marketing</i>	79
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness</i>	80
Tabel 4.14 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.15 Uji Normalitas.....	82
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.17 Analisis Linear Berganda.....	85
Tabel 4.18 Uji t	87
Tabel 4.19 Uji F	89
Tabel 4.20 Uji R.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Nilai Penjualan Produk Kecantikan Terlaris	2
Gambar 1. 2 Grafik <i>Brand</i> kosmetik Terlaris di <i>E-Commerce</i> pada Tahun 2024 ..	3
Gambar 1. 3 Emina sebagai <i>sponsor</i> di beberapa <i>Event</i>	4
Gambar 2. 1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	29
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	46
Gambar 4.1 Logo Emina	63
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas	74
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Sosial Media untuk Mencari Informasi Produk.	75
Gambar 4.6 Karakteristik responden berdasarkan keputusan pembelian	76
Gambar 4.7 Uji Normalitas P-Plot	83
Gambar 4.8 Uji Heteroskedastisitas	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	105
Lampiran 2 Uji Referensi.....	108
Lampiran 3 Kuesioner/Angket Pernyataan	115
Lampiran 4 Tabulasi Data Skala Penelitian	123
Lampiran 5 Output SPSS	142
Lampiran 6 Buku Bimbingan.....	148
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	151

