

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN
PRODUCT BUNDLING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI *BRAND AWARENESS*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
PRODUK *HAND & BODY LOTION* VASELINE**

SKRIPSI

Oleh :

SYIFA FAUZIAH

202110325115



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Product Bundling* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Awareness* Sebagai Variabel Intervening Pada Produk *Hand & Body Lotion* Vaseline

Nama Mahasiswa : Syifa Fauziah
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325115
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENYETUJUI,
Pembimbing

Pembimbing I

Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA.

NIDN : 0326126102

Pembimbing II

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

NIDN : 0327037601

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* dan
Product Bundling Terhadap Keputusan
Pembelian Melalui *Brand Awareness*
Sebagai Variabel Intervening Pada Produk
Hand & Body Lotion Vaseline

Nama Mahasiswa : Syifa Fauziah
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325115
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM., MBA
NIDN. 0012016601

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN. 0329048302

Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA
NIDN. 0326126102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN.0327037601

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

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Product Bundling* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Awareness* Sebagai Variabel Intervening Pada Produk *Hand & Body Lotion* Vaselien (Studi Kasus Fakultas Ekonomi & Bisnis 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 dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila kecurangan ditemukan di masa depan dalam penelitian ini, saya siap menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengesahkan skripsi ini untuk dipinjam dan direproduksi melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Saya memberikan Skripsi ini ke Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk mempertahankannya dalam bentuk digital dan menerbitkannya selama publikasi melalui Portal Universitas Bayankara di Jakarta di Internet.

Jakarta, 12 Februari 2025

Yang membuat pernyataan



Syifa Fauziah

202110325115

ABSTRAK

Syifa Fauziah 202110325115. Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Product Bundling* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Awareness* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Penelitian bertujuan untuk menyelidiki dampak *social media marketing* dan *product bundling* terhadap keputusan pembelian melalui *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan metode dengan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling, dengan melibatkan 112 responden yang merupakan konsumen *Hand & Body Lotion* Vaseline di lingkungan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Data dianalisis menggunakan program SmartPLS Versi 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel saling berpengaruh, seperti yang dijelaskan berikut ini: 1) *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; 2) *Product Bundling* berpengaruh dan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ; 3) *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness*; 4) *Product Bundling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness*; 5) *Brand Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ; 6) *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *Brand Awareness*; 7) *Product Bundling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *Brand Awareness*.

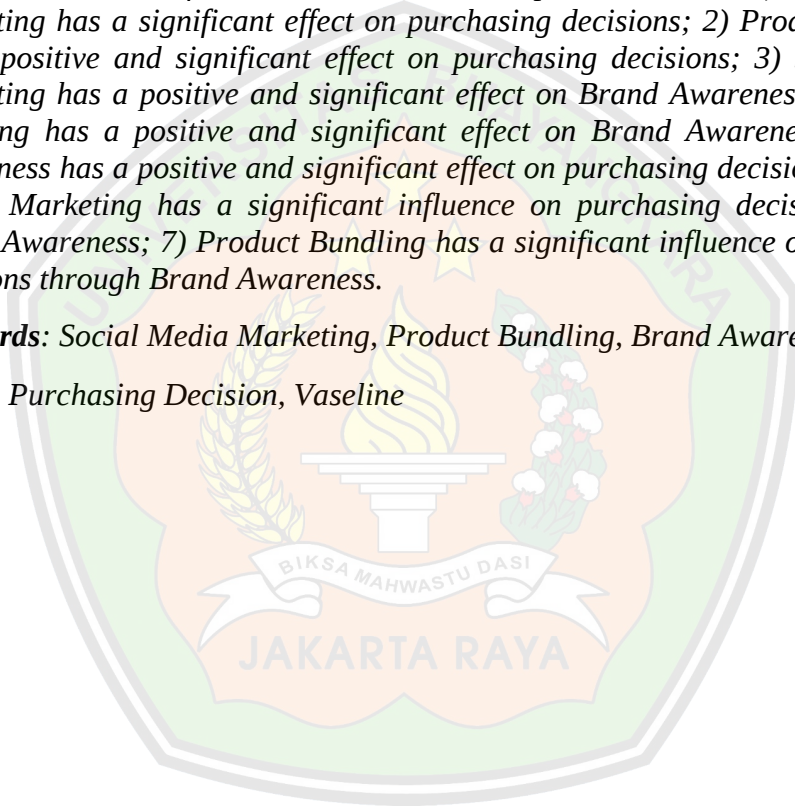
Kata Kunci : *Social Media Marketing, Product Bundling, Brand Awareness, Keputusan Pembelian, Vaseline*

ABSTRACT

Syifa Fauziah 202110325115. The Influence of Social Media Marketing and Product Bundling on Purchasing Decisions Through Brand Awareness as an Intervening Variable (Case Study of the Faculty of Economics & Business, Bhayangkara University, Jakarta Raya).

The study aims to investigate the impact of social media marketing and product bundling on purchasing decisions through brand awareness. This study uses a quantitative approach method with a purposive sampling technique, involving 112 respondents who are consumers of Vaseline Hand & Body Lotion in the Faculty of Economics & Business, Bhayangkara University, Jakarta Raya. The data was analyzed using the SmartPLS Version 4.0 program. The results of this study show that all variables influence each other, as explained below: 1) Social Media Marketing has a significant effect on purchasing decisions; 2) Product Bundling has a positive and significant effect on purchasing decisions; 3) Social Media Marketing has a positive and significant effect on Brand Awareness; 4) Product Bundling has a positive and significant effect on Brand Awareness; 5) Brand Awareness has a positive and significant effect on purchasing decisions; 6) Social Media Marketing has a significant influence on purchasing decisions through Brand Awareness; 7) Product Bundling has a significant influence on purchasing decisions through Brand Awareness.

Keywords: *Social Media Marketing, Product Bundling, Brand Awareness, Purchasing Decision, Vaseline*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penelliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Social Media Marketing dan Product Bundling Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Hand & Body Lotion Vaseline**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program jenjang sastra-1 (S1) di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi yang mereka susun masih jauh dari kata sempurna dan belum bisa dianggap sebagi sebuah karya ilmiah yang sesungguhnya. Meskipun begitu, apa yang telah dituangkan dalam proposal ini, penulis telah mendapat banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

4. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA selaku Dosen Pembimbing Akademik, penulis berterima kasih atas motivasi dan bimbingannya penulis bisa menyelesaikan perkuliahan dengan tepat waktu.
5. Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA selaku Dosen Pembimbing 1 dan Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Dosen Pembimbing 2, penulis berterima kasih atas bimbingan, saran serta semangat yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan semaksimal mungkin.
6. Bapak Abdul Rohim dan Alm. Ibu Rahmawati selaku orang tua penulis yang telah memberikan doa dan dukungan baik moral maupun materi yang sangat berarti bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan bagi penulis selama menjalani masa perkuliahan.
8. Teman seperjuangan dalam penyusunan proposal Aisyah Dwi Utami, Alma Khairani, Desy Puspita Sari, dan Adinda Dwi yang telah memberikan support kepada penulis dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
9. Terima kasih untuk diri sendiri, karena telah berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Berhasil mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah dan menyelesaikan proposal skripsi sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa masih ada banyak kekurangan saat menulis skripsi ini. Dengan semua kerendahan hati, penulis menerima saran dan kritik terhadap pembacanya.

Jakarta, 12 Februari 2025



Syifa Fauziah

202110325115



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Tugas Akhir	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Teori AIDA	15
2.2 Keputusan Pembelian.....	17

2.2.1.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.2.2.	Indikator Keputusan Pembelian	18
2.2.3.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18
2.2.4.	Langkah-langkah Keputusan Pembelian.....	19
2.3	<i>Brand Awareness</i>	20
2.3.1.	Pengertian <i>Brand Awareness</i>	20
2.3.2.	Indikator <i>Brand Awareness</i>	21
2.4	<i>Social Media Marketing</i>	21
2.5	<i>Product Bundling</i>	23
2.6	Telaah Empiris	25
2.7	Pengaruh Antar Variabel.....	29
2.8	Kerangka Konseptual	32
2.9	Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Desain Penelitian.....	35
3.2	Objek dan Waktu Penelitian.....	35
3.3	Populasi dan Sampel	35
3.3.1	Populasi Penelitian.....	36
3.3.2	Sampel Penelitian.....	36
3.4	Jenis dan Sumber Data	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data	37

3.6	Model Konseptual Penelitian	38
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.8	Metode Analisis Data	41
3.7.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	42
3.7.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	43
3.7.3	Pengujian Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Umum	45
4.1.1	Profile <i>Brand</i> Vaseline	45
4.1.2	Sejarah Singkat Vaseline.....	46
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan Vaseline.....	48
4.1.4	Macam – macam produk Vaseline	48
4.2	Deskripsi Data.....	52
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	52
4.2.2	Identitas Responden	52
4.3	Hasil Analisis Data.....	55
4.3.1	Skema Model Partial Least Square	55
4.3.2	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	56
4.3.3	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	63
4.3.4	Hasil Pengujian Uji Hipotesis	74
4.4	Pembahasan.....	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Implikasi Manajerial	99
5.3 Keterbatasan Penelitian	101
5.4 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	122



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	33
Tabel 3.1 Skala Likert	38
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel	40
Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan jurusan	52
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan usia	53
Tabel 4.3 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	53
Tabel 4.4 karakteristik berdasarkan frekuensi pembelian.....	53
Tabel 4.5 Hasil <i>Outer Loading</i>	58
Tabel 4.6 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	60
Tabel 4.7 Hasil <i>Composite Reliability & Crobach Alpha</i>	61
Tabel 4.8 Hasil <i>Cross Loading</i>	62
Tabel 4.9 Hasil <i>R-square</i>	64
Tabel 4.10 Effect Size (F-Square)	67
Tabel 4.11 Hasil Q-Square	68
Tabel 4.12 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur).....	70
Tabel 4.13 Hasil <i>Specific Indirect Effects (Analisis Mediasi)</i>	73
Tabel 4.14 Ringkasan Pembahasan	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Komparasi <i>Brand Index Hand & Body Lotion</i>	3
Gambar 1.2	Data Penjualan Vaseline Hand & Body Lotion	4
Gambar 1.3	Pemasaran Produk Vaseline di Instagram	6
Gambar 1.4	Product Bundling Vaseline Hand & Body Lotion	8
Gambar 1.5	Hasil <i>Pra Survey</i>	10
Gambar 4.1	Logo Vaseline	45
Gambar 4.2	<i>Outer Model</i>	56
Gambar 4.3	<i>Inner Model</i>	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Plagiarisme	123
Lampiran 2 : Uji Referensi Skripsi	125
Lampiran 3 : Lembar Kuesioner	131
Lampiran 4 : Tabulasi Data	139
Lampiran 5 : Buku Bimbingan.....	Error! Bookmark not defined.

