

**Pengaruh *Digital Marketing* Dan Kesadaran Merek Terhadap  
Keputusan Pembelian Produk *Hand sanitizer* Merek Antis  
Pada Masa Pandemi Di Surabaya**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Administrasi Bisnis



**OLEH :**

**NANDA AYU LUTFI NOVEBRIANTI**

**1121800042**

**PROGAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

**Pengaruh *Digital Marketing* Dan Kesadaran Merek Terhadap  
Keputusan Pembelian Produk *Hand Sanitizer* Merek Antis  
Pada Masa Pandemi Di Surabaya**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-I  
Program Studi Administrasi Bisnis**



**OLEH :**

**NANDA AYU LUTFI NOVEBRIANTI**

**1121800042**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Judul Skripsi : PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HAND SANITIZER* MEREK ANTIS PADA MASA PANDEMI DI SURABAYA**

**Penulis : NANDA AYU LUTFI NOVEBRIANTI**

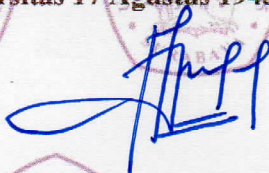
**NBI : 1121800042**

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji**

**Surabaya, 08 Juli 2022**

**Mengetahui,  
Dekan**

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP.  
NPP. 20120.87.0103**

**Disetujui oleh,  
Dosen Pembimbing**



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP.  
NPP. 20120.87.0103**

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 28 Juni 2022.

## Dewan Penguji

1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP.

Ketua

(.....)

2. Dra. Awin Mulyati, MM.

Anggota

(.....)

3. Dra. Sri Andayani, MM.

Anggota

(.....)

Mengesahkan,  
Dekan

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP.

NPP. 20120.87.0103

# SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nanda Ayu Lutfi Novebrianti

NPM : 1121800042

Program studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing* Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand sanitizer* Merek Antis Pada Masa Pandemi Di Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah oranglain tersebut akan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 08 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Nanda Ayu Lutfi Novebrianti



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NANDA AYU LUTFI NOVEBRIANTI  
 NBI/ NPM : 1121800042  
 Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
 Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS  
 Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek\*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KESADARAN MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAND SANITIZER  
MEREK ANTIS PADA MASA PANDEMI DI SURABAYA

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
 Pada tanggal : 14 JULI 2022

Yang Menyatakan,



Nanda Ayu Lutfi

\*Coret yang tidak perlu

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Diri saya sendiri yang telah mampu untuk menyelesaikan tugas saya sebagai anak yang berbakti,
2. Kedua orang tua saya, adik saya, dan seluruh keluarga besar saya yang mendukung dan mendoakan saya selama ini,
3. Mas doi yang bersedia menemani dan menunggu saya untuk menyelesaikan pendidikan ini,
4. Teman-teman saya yang memberikan semangat dan dukungannya selama ini,
5. Dosen pembimbing dan seluruh dosen Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945.

**MOTTO**

GELARKU, MENGANGKAT NAMAMU.

-nandaayulutfi-



## ABSTRAK

Saat ini *hand sanitizer* merupakan salah satu produk yang harus selalu ada dan kapanpun. Antis memiliki nama yang besar dalam dunia kesehatan, terlebih di era pandemi ini. Hal ini membuat Antis banyak disebut namanya, tetapi merek yang menjadi sasaran pembelian konsumen. Untuk mengatasi persaingan, pihak Antis harus memperhatikan faktor-faktor untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggannya. Jenis penelitian adalah metode survei eksplanatif. Dengan desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, menggunakan metode pengambilan sampel secara tidak acak (*non probability sampling*) dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Penelitian ini untuk menguji pengaruh X1 (*Digital Marketing*), X2 (Kesadaran Merek) terhadap Y (Keputusan Pembelian). koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang diperoleh sebesar 0.634. Hasil uji t t hitung > t tabel (4.558 > 1.660) dengan tingkat signifikan (0.000 < 0.050). Hasil uji t hitung t hitung t tabel (8.147 > 1.660) dengan tingkat signifikan (0.000 < 0.050). Nilai F hitung sebesar 83932 > F tabel dan tingkat signifikan sebesar 0.000. Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh *digital marketing* dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian produk *hand sanitizer* merek Antis pada masa pandemi di Surabaya.

**Kata Kunci:** *Digital Marketing*, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian, *Hand Sanitizer*

## **ABSTRACT**

*Currently, hand sanitizer is a product that must always be available at any time. Antis has a big name in the world of health, especially in this pandemic era. This makes Antis many names, but the brand that is the target of consumer purchases. To overcome the competition, Antis must pay attention to the factors to get and keep its customers. This type of research is an explanatory survey method. With a research design that uses a quantitative approach. using a non-random sampling method (non-probability sampling) using a purposive sampling technique. The measurement scale in this study uses the Linkert scale. This study is to examine the effect of X1 (Digital Marketing), X2 (Brand Awareness) on Y (Purchase Decision). the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) obtained is 0.634. The results of the t-test > t-table (4.558 > 1.660) with a significant level (0.000 < 0.050). The results of the t-test t-count t-table (8.147 > 1.660) with a significant level (0.000 < 0.050). The calculated F value is 83932 > F table and the significant level is 0.000. Based on the results of research on the influence of digital marketing and brand awareness on purchasing decisions for Antis brand hand sanitizer products during the pandemic in Surabaya.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Brand Awareness, Purchase Decision, Hand Sanitizer*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur terhadap ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya. Tak lupa shalawat dan salam senantiasa tercurahkan pada baginda Nabi Muhammad SAW. Yang telah membawa manusia dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang. Sehingga diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Digital Marketing* Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand sanitizer* Merek Antis Pada Masa Pandemi Di Surabaya**”.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program pendidikan Strata – 1 Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Kelancaran dalam proses penelitian ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, bantuan, dukungan, serta do’a dari banyak pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kemudahan sampai menyelesaikan penelitian ini dengan lancar.
2. Kedua orang tua saya, adik saya, dan seluruh keluarga besar saya yang mendukung dan mendoakan saya selama ini.
3. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Sri Andayani, MM. selaku dosen wali serta dosen penguji saat sidang hasil skripsi saya.
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM. selaku ketua program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945.
6. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku pembimbing I dan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan kepada saya selama penyusunan skripsi sehingga terselesaikan dengan baik.
7. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S selaku pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan kepada saya selama penyusunan skripsi sehingga terselesaikan dengan baik.
8. Ibu Dra. Awini Mulyati, MM. selaku dosen penguji saya yang memberikan semangat serta saran yang baik untuk hasil skripsi saya.

9. Mas doi yang bersedia menemani dan menunggu saya untuk menyelesaikan pendidikan.
10. Pipit, Sherly, Vemmy yang menemani studi saya dari awal masuk ke UNTAG sampai menyelesaikan studi ini.
11. Frisca, Wildan, Benga, ShintaBella, Rovi, dan teman-teman lain yang saya hubungi setiap saat ketika kesulitan mengerjakan skripsi ini.
12. Teman-teman dari TK, SD,SMP, SMK yang setiap saat ada dikala saya sedang hampir menyerah dengan keadaan Imel, dina, bila, ayut, aulia, nita, salsa, putri, jimat, kajul, rojik, irpan, ichaapril, layla, dan teman-teman lainnya. Semoga kalian selalu sehat.
13. STIKOM Surabaya yang telah menjadi batu loncatan saya untuk bisa berjuang walaupun tak sampai selesai.
14. Teman-teman Administrasi Bisnis Universitas17 Agustus 1945 Surabaya, terimakasih atas segala bantuannya. Sukses untuk kita semua.
15. Dan Terimakasih seluruh pihak yang terkait dan berkepentingan yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
16. *Last but not least, I wanna thank me.. I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off I wanna thank me for, for never quitting. I wanna thank me for always being a giver And tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times...*

Penulis menyadari adanya kekurangan selama proses pembuatan skripsi ini berlangsung. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca dan seluruh pihak terkait yang berkepentingan.

Surabaya, 08 Juli 2022

Penulis

## Daftar Isi

HALAMAN SAMPUL .....	
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO .....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
Daftar Isi .....	xii
Daftar Tabel .....	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran .....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
a) Manfaat Teoritis .....	5
b) Manfaat Praktis .....	5
1.5 Sistematika Penelitian .....	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori .....	16
2.2.1 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) .....	16

2.2.2 <i>Digital Marketing</i> .....	17
2.2.3 Kesadaran Merek .....	20
2.2.4 Keputusan Pembelian .....	21
2.3 Definisi Konsep dan Operasional .....	25
2.4 Hubungan <i>Digital Marketing</i> dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran .....	28
2.6 Hipotesis .....	28
BAB III .....	29
METODOLOGI PENELITIAN .....	29
3.1 Jenis dan Rancangan Penelitian .....	29
3.1.1 Jenis Penelitian .....	29
3.1.2 Rancangan Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel .....	30
3.2.1 Populasi .....	30
3.2.2 Sampel .....	30
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian .....	31
3.3.1 Skala Pengukuran .....	31
3.3.2 Instrumen Penelitian .....	31
3.4 Jenis Data dan Sumber Data .....	32
3.4.1 Jenis Data.....	32
3.4.2 Sumber Data .....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
3.7.3 Uji Hipotesis .....	35
BAB IV .....	37
PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Penyajian Data .....	37

4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	37
4.1.2 Karakteristik Responden .....	39
4.1.3 Uji Instrumen .....	54
4.1.4 Skala Pengukuran.....	55
4.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.3 Analisis Data.....	63
4.4 Pembahasan .....	67
BAB V .....	69
PENUTUP .....	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Rekomendasi.....	69
Daftar Pustaka .....	71
Lampiran .....	73

## Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2. 2 Definisi Konsep dan Definisi Operasional .....	25
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	40
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan .....	41
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	42
Tabel 4. 6 Tabulasi Data <i>Digital Marketing</i> X1 .....	43
Tabel 4. 7 Tabulasi Data Kesadaran Merek X2.....	46
Tabel 4. 8 Tabel Tabulasi Keputusan Pembelian (Y) .....	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4. 11 Interval Rata-rata Skor .....	55
Tabel 4. 12 Hasil Jawaban Responden pada variabel X1 .....	56
Tabel 4. 13 Hasil Jawaban Responden pada variabel X2 .....	58
Tabel 4. 14 Hasil Jawaban Responden pada variabel Y .....	59
Tabel 4. 15 Uji Multikolonieritas .....	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	63
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65
Tabel 4. 18 Hasil Uji t (Parsial).....	65
Tabel 4. 19 Hasil Uji F (Simultan) .....	67



## Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Informasi Kesehatan Pada Postingan Instagram @antisindonesia .....	2
Gambar 1. 2 Data Penjualan <i>Hand Sanitizer</i> .....	4
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen .....	23
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian .....	23
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir .....	28
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	40
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	40
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	41
Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	42
Gambar 4. 6 Uji Normalitas Data Model Histogram .....	61
Gambar 4. 7 Uji Normalitas Data P-Plot.....	61
Gambar 4. 8 Uji Heteroskedastisitas .....	63

## Daftar Lampiran

<b>Lampiran 1</b> Kuisisioner Penelitian “Pengaruh Digital Marketing Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Sanitizer Merek Antis Pada Masa Pandemi Di Surabaya”.....	73
<b>Lampiran 2</b> Uji Instrumen .....	77
<b>Lampiran 3</b> Uji Asumsi Klasik .....	78
<b>Lampiran 4</b> Analisis Data.....	79
<b>Lampiran 5</b> Uji Hipotesis .....	80
<b>Lampiran 6</b> Bimbingan.....	81
<b>Lampiran 7</b> Lembar Revisi .....	82
<b>Lampiran 8</b> Hasil Anti Plagiasi Turnitin.....	85