PENGARUH PROMOSI *DIGITAL*, HARGA DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FORE COFFEE DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melelngkapi Tugas Akhir Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

OLEH:

NUR ALISA SEPTIVIANTI

NBI. 1122200095

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2026

PENGARUH PROMOSI *DIGITAL*, HARGA DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FORE COFFEE DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melelngkapi Tugas Akhir Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

Oleh:
NUR ALISA SEPTIVIANTI
NBI. 1122200095

PROGAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	:	**Nur Alisa Septivianti**
NBI	:	**1122200095**
Judul	:	**Pengaruh Promosi Digital, Harga, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee di Surabaya.**

Surabaya, 29 Juni 2026

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.
NPP.20110.86.0062

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing 1

Dra. Awin Mulyati, M.M.
NPP. 20120.92.0283

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diberikan untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 29 Juni 2026

Dewan Penguji :

1. **Dra. Awin Mulyati, M.M** ( ) **Ketua**
2. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M** ( ) **Anggota I**
3. **Drs.Ute Chairuz Nasution, M.S** ( ) **Anggota II**

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S
NPP.20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN KEASLIAAN

Nama	: Nur Alisa Septivianti
NBI	: 112220095
Program Studi	: Administrasi Bisnis
Judul	: Pengaruh Promosi Digital, Harga, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee di Surabaya

Menyatakan:

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sedniri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip, atau menulis Sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sunguh-sunguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dibuktikan terdapat unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugat dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, Passal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 15 Juni 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Nur Alisa Septivianti

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL.SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext.311)
e-mail: perpus@untag-sby.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama	: Nur Alisa Septivianti
NBI	: 1122200095
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	: Asministrasi Niaga
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 Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)***, atas karya saya yang berjudul:

"PENGARUH PROMOSI *DIGITAL*, HARGA, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FORE COFFEE DI SURABAYA"

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*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 : 15 Juni 2026

Surabaya, 15 Juni 2026
Yang membuat pernyataan,



Nur Alisa Septivianti
NBI. 1122200095

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih karunia, dan penyertaan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karya sederhana ini saya persembahkan dengan penuh rasa hormat dan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, pengorbanan, serta semangat yang tidak pernah putus dalam setiap langkah kehidupan saya. Terima kasih atas segala perjuangan dan kepercayaan yang telah diberikan sehingga saya mampu menyelesaikan pendidikan ini.

Saya juga mempersembahkan skripsi ini kepada keluarga, dosen pembimbing, seluruh dosen, serta sahabat dan teman-teman seperjuangan yang senantiasa memberikan motivasi, bantuan, doa, serta menjadi bagian dari perjalanan saya selama menempuh pendidikan. Setiap dukungan, perhatian, dan kebersamaan yang diberikan menjadi penyemangat bagi saya dalam menyelesaikan setiap proses hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Terakhir, skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri. Terima kasih karena telah bertahan, terus berusaha, dan tidak menyerah di setiap tantangan yang dihadapi. Perjalanan ini mengajarkan bahwa setiap proses, sekecil apa pun, memiliki makna yang berharga. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari langkah-langkah yang lebih baik di masa mendatang serta dapat memberikan manfaat bagi banyak orang. Semoga segala doa, dukungan, dan kebaikan yang telah diberikan kepada saya mendapatkan balasan yang terbaik dari Tuhan Yang Maha Esa.

RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama	: Nur Alisa Septivianti
Tempat, Tanggal Lahir	: Sidoarjo, 25 September 2003
Alamat	: Ds. Jabaran Kec. Balongbendo Kab. Sidoarjo
Kebangsaan	: Indonesia
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
No. Telp/*email*	: 08884858408 / nuralisa63591@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Jenjang	Sekolah/ Instansi/ Universitas	Jurusan	Periode
SD	SDN Jabaran	-	2010 – 2016
SMP	SMPN 1 Balongbendo	-	2016 – 2019
SMA	SMAN 1 Krian	IPS	2019 – 2022
Strata 1	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	Administrasi Niaga	2022 – Sekarang

MOTTO

“Sudah sejauh ini jalannya. Satu capai yang tak pernah terkira, mengingat bagaimana mulanya jauh sudah (sebaik kau bisa) lekang dari terbayang. Bgaiamanapun juga merawat cita-cita, tak akan semudah berkata-kata. Rencana berikutnya rajut lagi cerita, merapal do’a gas sekencangnya.”

(Fstvlst)

“Berbagai cobaan dan hal yang buat kau ragu, jadikan percikan tuk menempa tekadmu, jalan hidupmu hanya milikmu sendiri, rasakan nikmatnya hidupmu hari ini.”

(Baskara Putra-Hindia)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi digital, harga, *dan brand awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen Fore Coffee di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan konsumen Fore Coffee di Surabaya yang pernah melakukan pembelian melalui aplikasi Fore, diambil menggunakan teknik insidental sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial promosi digital, harga, dan brand awareness berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Fore Coffee di Surabaya. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 44,130 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,567 menunjukkan bahwa 56,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel promosi digital, harga, dan *brand awareness*, sedangkan 43,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, peningkatan keputusan pembelian konsumen Fore Coffee dapat didorong melalui optimalisasi promosi digital dengan menyajikan konten yang menarik, interaktif, dan sesuai dengan target pasar serta didukung oleh program promosi seperti diskon, voucher, dan cashback. Selain itu, penetapan harga yang kompetitif, terjangkau, dan sebanding dengan kualitas serta manfaat produk dapat meningkatkan persepsi nilai yang diterima konsumen. Di sisi lain, penguatan brand awareness dapat dilakukan melalui konsistensi identitas merek, pemafaatan media sosial secara aktif, kolaborasi dengan influencer, serta kampanye pemasaran yang berkelanjutan sehingga merek Fore Coffee semakin mudah dikenali, diingat, dan dipilih oleh konsumen.

Kata kunci : Promosi Digital, Harga, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of digital promotion, price, and brand awareness on the purchasing decisions of Fore Coffee consumers in Surabaya. This research employed a quantitative method with a causal associative approach. The sample consisted of 100 respondents who were Fore Coffee consumers in Surabaya and had made purchases through the Fore application. The respondents were selected using an incidental sampling technique. The research instrument was a questionnaire measured using a Likert scale. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics 25. The results showed that, partially, digital promotion, price, and brand awareness had a positive and significant effect on the purchasing decisions of Fore Coffee consumers in Surabaya. Simultaneously, these three variables also had a positive and significant effect on purchasing decisions, with an F-value of 44.130 and a significance value of 0.000. The Adjusted R Square value of 0.567 indicates that 56.7% of the variation in purchasing decisions can be explained by digital promotion, price, and brand awareness, while the remaining 43.3% is explained by other variables not examined in this study. Therefore, improving consumers' purchasing decisions at Fore Coffee can be achieved by optimizing digital promotion through engaging, interactive, and target-oriented content supported by promotional programs such as discounts, vouchers, and cashback. In addition, implementing competitive and affordable pricing that is aligned with product quality and perceived benefits can enhance consumers' perceived value. Furthermore, strengthening brand awareness can be achieved through maintaining a consistent brand identity, actively utilizing social media, collaborating with influencers, and implementing sustainable marketing campaigns, thereby making the Fore Coffee brand easier for consumers to recognize, remember, and choose.

Keywords: Digital Promotion, Price, Brand Awareness, Purchasing Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta kekuatan lahir dan batin kepada penulis. Atas izin dan pertolongan-nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "PENGARUH PROMOSI DIGITAL, HARGA, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FORE COFFEE DI SURABAYA". Karya ilmiah ini disusun sebagai salah satu syarat utama untuk menyelesaikan studi jenjang Strata Satu (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai hambatan dan tantangan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan berlangsung. Maka dari itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta kelancaran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Harjo Saputro, S.T.,M.T Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. V. Rudy Handoko, MS., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M., Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas arahan serta bimbingan yang sangat berarti dalam menyelesaikan studi maupun skripsi ini.
5. Yth. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.Si. Selaku dosen wali penulis.
6. Ibu Dra. Awin Mulyati, M.M., Selaku Dosen Pembimbing pertama dan Bapak Drs. Agung Pujianto, M.M Selaku Dosen Pembimbing Kedua, terima kasih yang mendalam atas kesabaran serta limpahan ilmu dan arahan yang telah diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan optimal.
7. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Atas segala ilmu, pengalaman dan wawasan selama penulis menempuh dan menjalani perkuliahan selama 4 tahun ini.
8. Seluruh staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah banyak membantu penulis dalam berbagai kepentingan proses administrasi dan pelayanan akademik selama ini.
9. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Mujiarto dan Ibu Nur Rahayu, yang selalu menjadi alasan penulis untuk berjuang dan tidak menyerah. Terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah putus, dukungan yang selalu diberikan, serta kerja keras yang telah Ayah dan Ibu lakukan demi memastikan penulis dapat

berkuliah dan meraih cita-cita. Skripsi ini tidak hanya menjadi hasil perjuangan penulis, tetapi juga menjadi bukti bahwa doa, dukungan, dan kerja keras Ayah dan Ibu selama ini tidak pernah sia-sia. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan Kesehatan, kebahagiaan, umur yang penuh keberkahan, serta membalas setiap kebaikan dan ketulusan Ayah dan Ibu dengan balasan terbaik di dunia maupun di akhirat. Penulis juga memohon doa agar dapat menjadi pribadi yang membanggakan, mencapai kesuksesan yang dicita-citakan, serta mampu membalas segala kasih sayang, dukungan, dan ketulusan yang telah Ayah dan Ibu berikan selama ini.

10. Untuk Adik kandung Nur Aisyah Dwi Aprilianti, yang selalu memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis. Terima kasih atas perhatian, dukungan, dan kebersamaan yang telah diberikan. Semoga selalu diberikan Kesehatan, kebahagiaan, dan kemudahan dalam meraih cita-cita serta tumbuh menjadi pribadi yang membanggakan Ayah dan Ibu.
11. Kakek penulis Bapak Khodirun, Almarhum Nenek Ibu Jaminah, Nur Eva, Heru Purwanto, Muhammad Iqsal Permana, Muhammad Reyhan, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, perhatian, dan semangat kepada penulis selama menempuh pendidikanhingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih atas segala kebaikan, motivasi, dan kebersamaan yang telah diberikan selama ini.
12. Sahabat sekaligus teman seperjuangan penulis, yaitu Salsa Bila Fitri Rochmaniah dan Sinta Levia Budi Trrisnawati yang telah menemani dan membersamai penulis dalam setiap proses perkuliahan maupun di luar perkuliahan sejak awal perkuliahan hingga akhir masa studi. Terima kasih atas segala dukungan, perhatian, bantuan, canda tawa, dan kebersamaan yang telah diberikan. Kehadiran kalian menjadi salah satu bagian terindah dalam perjalanan perkuliahan penulis dan memberikan banyak kenangan yang akan selalu dikenang. Semoga kita semua diberikan kemudahan dalam meraih cita-cita, kesuksesan dan kebahagiaan di masa depan.
13. Teman-teman penulis sejak kecil, Yanuarista Wahyu Anggraeni, Amanda Seftia Andini, Amalia Rizka Febriyanti, Lutvi Oktavia, yang senantiasa hadir dan membersamai penulis dalam berbagai fase kehidupan. Terima kasih atas dukungan,semangat, perhatian, serta kebersamaan yang telah diberikan selama ini. Terima kasih karena selalu ada untuk berbagi cerita, memberikan motivasi, dan menemani penulis dalam berbagai proses. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Kesehatan, kebahagiaan, rezeki yang berkah, serta kemudahan dalam meraih segala impian dan cita-cita yang diharapkan.
14. Kepada Jovanca Andrian, yang selalu hadir menemani dan membersamai penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala dukungan,

bantuan, perhatian, kesabaaran, serta waktu yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih juga atas saran dan ide yang diberikan melalui momen sederhana saat menikmati kopi, yang menyampaikan bahwa Fore Coffee dapat dijadikan objek penelitian. Saran tersebut menjadi salah satu inspirasi yang membantu penulis dalam menentukan topik penelitian hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga selalu diberikan Kesehatan, kebahagiaan, kelancaran rezeki, kemudahan dalam setiap urusan, dan kesuksesan dalam karir dan pekerjaan. Semoga segala usaha dan kerja keras yang dilakukan dapat berjalan dengan baik, dipermudah dalam meraih kesempatan yang lebih baik, serta mengantarkan pada masa depan yang penuh kebahagiaan dan keberkahan.

15. Kepada teman-teman seperjuangan penulis, Linda Anggraeni, Elsa Putri, Tasya Tania, Shevilla Chourulbia. Terima Kasih atas kerja sama, dukungan, serta semangat yang telah diberikan.
16. Untuk Briegita Hosana Christania, Terima Kasih telah menemani penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena sudah bersedia mendengarkan cerita dan keluh kesah penulis. Semoga diberikan kelancaran dalam perkuliahanmu, dimudahkan setiap langkahhmu serta diberikan Kesehatan dan kebahagiaan.
17. Teruntuk diri saya sendiri, Nur Alisa Septivianti, Terima Kasih telah bertahan hingga berada di titik ini. Terima Kasih karena tetap memilih melangkah meskipun berkali-kali merasa lelah, kehilangan semangat, bahkan meragukan kemampuan diri sendiri. Perjalanan ini mengajarkan bahwa tidak semua proses berjalan sesuai harapa, tetapi setiap air mata, dan usaha yang tidak pernah berhenti pada akhirnya mengantarkan pada pencapaian ini. Semoga apa yang telah diperjuangkan menjadi awal dari langkah-langkah yang lebih baik,

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAAN iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
RIWAYAT HIDUP vii
MOTTO viii
ABSTRAK ix
ABSTRACT x
KATA PENGANTAR xi
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR GAMBAR xvii
DAFTAR TABEL xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 12
1.3 Tujuan Penelitian 12
1.4 Manfaat Penelitian 13
1.5 Sistematika Penulisan 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 15
2.1 Penelitian Terdahulu 15
2.2 Landasan Teori 20
2.2.1 Manajemen Pemasaran 20
2.2.2 Bauran Pemasaran 20
2.2.3 Harga 21
2.2.3.4 Komponen Penetapan Harga 25

2.2.4 Komunikasi Pemasaran 30
2.2.5 Pemasaran Digital 34
2.2.6 Promosi 35
2.2.7 Promosi Digital 35
2.2.8 Brand Awareness 38
2.2.9 Perilaku Konsumen 41
5.2.10 Keputusan Pembelian 45
2.3 Konseptualisasi Variabel dan Definsi Operasional 48
2.3.1 Konseptualisasi Variabel 48
2.3.2 Definisi Operasional 48
2.4. Pola Hubungan Antar Variabel 49
2.4.1. Pengaruh Promosi *Digital* melalui Aplikasi (X1) Terhadap Keputusaan Pembelian (Y) 49
2.4.2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) 50
2.4.3. Pengaruh Brand awarenessss (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) 50
2.4.4 Pengaruh Promosi Digital, Harga, dan Brand awarenessss Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee Di Surabaya 51
2.5 Kerangka Berpikir 52
2.6. Hipotesis 52
BAB III METODE PENELITIAN 55
3.1 Rancangan Penelitian 55
3.2 Populasi dan Sampel 55
3.2.1 Populasi 55
3.2.2 Sampel 56
3.3 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran Instrumen 57
3.3.1 Instrumen Penelitian 57
3.3.2 Skala Pengukuran Insrumen 57
3.4 Teknik Pengumpulan Data 59
3.5 Sumber Data 59
3.6 Teknik Analisis Data 59

3.6.1 Uji Asumsi Klasik 59
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda 61
3.6.3 Uji Hipotesis 61
BAB IV PENYAJIAN ANALISIS DAN PEMBAHASAN 63
4.1 Penyajian Data 63
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 63
4.1.2 Karakteristik Responden 66
4.1.3 Uji Instrumen 71
4.1.4 Tabulasi Data 73
4.1.5 Analisis Rata-rata Tabulasi Variabel 88
4.2 Analisis Data 97
4.2.1 Uji Asumsi Klasik 97
4.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda 103
4.2.3 Uji Hipotesis 105
4.3 Pembahasan 109
BAB V PENUTUP 115
5.1 Kesimpulan 115
5.2 Rekomendasi 116
DAFTAR PUSTAKA 119
LAMPIRAN 123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia 1
Gambar 1. 2 Data Jumlah Konsumsi Kopi 3
Gambar 1. 3 Data Kedai Kopi Favorit di Indonesia 4
Gambar 1. 4 Bundling, Voucher, dan Poin dari aplikasi Fore 6
Gambar 1. 5 Menu dalam aplikasi Fore 8
Gambar 1. 6 Kolaborasi Fore 10
Gambar 2. 1Tahap Proses Keputusan Pembelian 47
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir 52
Gambar 4. 1 Produk dan Suasana Gerai Fore Coffee 63
Gambar 4. 2 Tampilan Aplikasi Fore Coffee, 2026 64
Gambar 4. 3Uji Normalitas Data dengan Model Histogram 100
Gambar 4. 4 Uji Normalitas Data dengan Mode P-Plot 101
Gambar 4. 5 Uji Heteroskedastisitas dengan metode Scatterplot 103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 15
Tabel 3. 1 Skala Likert 58
Tabel 3. 2 Interval Skala Likert 58
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 67
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 68
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 68
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Utama 69
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Kebiasaan Berkunjung ke Fore Bersama Siapa 69
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Kebiasan Jam Berkunjung 70
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian 70
Tabel 4. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Informasi Promo Fore ... 71
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas 71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas 72
Tabel 4. 13 Hasil Tabulasi Data Variabel Promosi Digital (X1) 73
Tabel 4. 14 Hasil Tabulasi Data Variabel Harga (X2) 78
Tabel 4. 15 Hasil Tabulasi Data Variabel Brand awarenessss 81
Tabel 4. 16 Hasil Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y) 85
Tabel 4. 17 Tabulasi Data Rata-rataVariabel Promosi Digital(X1) 89
Tabel 4. 18 Tabulasi Data Variabel Harga (X2) 90
Tabel 4. 19 Tabulasi Data Variabel Brand awarenessss (X3) 92
Tabel 4. 20 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian(Y) 95
Tabel 4. 21 Uji Linearitas Variabel Promosi Digital (X1*)* 97
Tabel 4. 22 Uji linearitas Variabel Harga (X2) 98
Tabel 4. 23 Uji Linearitas *Brand awarenessss* (X3) 98
Tabel 4. 24 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov 99
Tabel 4. 25 Uji Multikolinearitas 101
Tabel 4. 26 Uji Regresi Linear Berganda 103
Tabel 4. 27Uji t 105
Tabel 4. 28 Uji F 108
Tabel 4. 29 Uji Koefidien Determinasi R^2 109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 123
Lampiran 2 Tabulasi Data 129
Lampiran 3 Uji Instrumen Data 141
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik 145
Lampiran 5 Analisis Regresi Linear Berganda 148
Lampiran 6 Uji Hipotesis 148
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi 150
Lampiran 8 Hasil Turnitin 152
Lampiran 9 SK Turnitin 153
Lampiran 10 LOA Publis Jurnal 154
Lampiran 11 Lembar Revisi Ujian Skripsi 155