



Unipa Surabaya

UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI DIGITAL TERHADAP MINAT MEMBELI KONSUMEN PRODUK TERNAK DI UD SUMBER REJEKI BALONGPANGGANG GRESIK

ARIEF

NIM : 181500117

DOSEN PEMBIMBING

Dr. Noerchoidah, S.E., M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

2022

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI DIGITAL
TERHADAP MINAT MEMBELI KONSUMEN PRODUK
TERNAK DI UD SUMBER REJEKI
BALONGPANGGANG GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**ARIEF
NIM : 181500117**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Arief
NIM : 181500117
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Promosi Digital Terhadap Minat Membeli Konsumen Produk Ternak di UD. Sumber Rejeki Balongpanggang Gresik

Surabaya, 13-07-2022

Mengetahui/Menyetujui
Dosen Pembimbing,



Dr. Noerchoidah, S.E., M.M.
NPP : 2004913/DY

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Promosi Digital Terhadap Minat Membeli Konsumen Produk Ternak di UD. Sumber Rejeki Balongpanggang Gresik

Identitas Mahasiswa

a. Nama : Arief
b. NIM : 181500117
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
e. Alamat e-mail : aenzoy4@gmail.com

Surabaya, 24 Agustus 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,

Dr. Noerchoidah, S.E., M.M
NPP : 2004913/DY



Usilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM
NPP : 1700114/DY



I Made Bagus Dwirata, S.E., M.M
NPP : 1609598/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya :

Hari : Selasa
Tanggal : 02 Agustus
Tahun : 2022

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II



Dra. Yuni Sukandani, S.E., M.M.
NPP. 8611142/DY

Bisma Arianto, S.E., M.M.
NPP. 1302663/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arief
NIM : 181500117
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (Skripsi) saya dengan judul : "Pengaruh Brand Image dan Promosi Digital Terhadap Minat Membeli Konsumen Produk Ternak di UD. Sumber Rejeki Balongpanggang Gresik" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar - benarnya.

Surabaya, 24 Agustus 2022

Mahasiswa



Arief
NIM: 181500117

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Allah SWT, yang senantiasa memberikan Rahmad dan Hidayah sehingga penulis dapat dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “**Pengaruh Brand Image dan Promosi Digital Terhadap Minat Membeli Konsumen Produk Ternak di UD. Sumber Rejeki Balongpanggang Gresik**”. Selama proses penulisan hingga terselesaiannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Marianus Subandowo, M.S Selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
2. Tony Susilo Wibowo, S.E., M. Pd. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Dr. Noerchoidah, S.E., M.M, Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, khususnya para Bapak / Ibu yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis.
6. Terimakasih kepada Orang Tua, dan Kakak saya yang selalu memberikan inspirasi, dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Dan tidak lupa juga terima kasih kepada teman-teman Prodi Manajemen khususnya kelas B angkatan 2018 yang selalu menyemangati satu sama lain.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhir nya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 24 Agustus 2022
Penulis,

Arief

MOTTO

“Apa yang kita lakukan dalam hidup, bergema dalam keabadian”

~Arief~

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image dan promosi digital terhadap minat membeli konsumen produk tembak di UD. Sumber Rejeki Balongpanggang Gresik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan responden sebanyak 61 konsumen. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dengan teknik sampling jenuh. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa brand image secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat membeli, dan promosi digital secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat membeli, serta brand image dan promosi digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat membeli.

Kata Kunci : Brand image, promosi digital, minat membeli.

ABSTRACT

His study aims to determine the effect of brand image and digital promotion on consumer buying interest in livestock products at UD. Sumber Rejeki Balongpanggang Gresik. This study uses quantitative methods with 61 consumers as respondents. Collecting data using a questionnaire method with saturated sampling technique. The results of this study indicate that brand image partially has a significant effect on buying interest, and digital promotion partially has a significant effect on buying interest, and brand image and digital promotion simultaneously have a significant effect on buying interest.

Keywords: Brand image, digital promotion, buying interest.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN MOTTO	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran	16
2.2.2 Bauran Pemasaran	17
2.2.3 Strategi Pemasaran	17
2.3 Brand Image	18
2.3.1 Pengertian Brand Image	18
2.3.2 Tujuan Brand Image	19

2.3.3 Pendanda Brand Image	19
2.3.3 Faktor Pembentuk Brand Image	19
2.4 Promosi Digital	21
2.4.1 Pengertian Promosi Digitasl	21
2.4.2 Media Promosi Digital	21
2.4.3 Tujuan Promosi	22
2.5 Minat Membeli	24
2.5.1 Tahap Minat Pembelian	25
2.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Pembeli ..	26
2.6 Kerangka Konseptual	27
2.7 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan penelitian	31
3.2 Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Data	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.3 Jenis Dan Sumber Data	34
3.3.1 Jenis Data	34
3.3.2 Sumber Data	34
3.4 Prosedur Pengambilan Data	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Lokasi Penelitian.....	36
3.7 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 3.7.1 Variabel Penelitian.....	36
3.7.2 Definisi Operasional.....	37
3.8 Teknik Analisis Data	38
3.8.1 Pengujian Instrumen Penelitian	39
3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik	40
3.8.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	42

3.8.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	43
3.8.5 Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..	47
4.1 Penyajian Data	47
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	47
4.1.2 Karakteristik Responden	49
4.1.3 Penilaian Responden	50
4.1.4 Deskripsi Data Penelitian	55
4.2 Analisis Data	57
4.2.1 Hasil Pengujian Instrumen	57
4.2.2 Pengujian Asumsi Klasik	60
4.2.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	65
4.2.4 Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.2.4 Pengujian Hipotesis	67
4.3 Pembahasan	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Target dan Realisasi Penjualan Sapi 2018-2021.....	2
3.1 Skala Likert.....	36
4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	49
4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	50
4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Image	51
4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi Digital	52
4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Membeli	54
4.6 Data Hasil Penilaian Kuisioner	55
4.7 Hasil Uji Validasi.....	58
4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
4.9 Hasil Uji Multikolininearitas	62
4.10 Hasil Uji Autokorelasi.....	64
4.11 Hasil Analisis Regresi Liniar Berganda	65
4.12 Koefisien Determinasi (R^2) Hasil Uji t Parsial.....	66
4.13 Hasil Uji t Parsial	67
4.14 Hasil Uji F Simultan	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	28
3.1 Skema Rancang Penelitian	32
4.1 Struktur Organisasi	48
4.2 Histogram Uji Normalitas	61
4.3 Normal PP-Plot Uji Normalitas	62
4.4 Grafik Scatterplot	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Persetujuan Proposal Skripsi
- Lampiran 2. Berita Acara Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 3. Daftar Hadir Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 4. Catatan Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 5. Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6. Kartu Perpanjangan Bimbingan
- Lampiran 7. Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 8. Kuisioner Penelitian
- Lampiran 9. Tabulasi Data Responden
- Lampiran 10. Hasil Output SPSS