

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* UPT PELAYANAN BAHASA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA (Survei pada mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta).**

**MUHAMMAD ABID AZIZI  
1702517017**

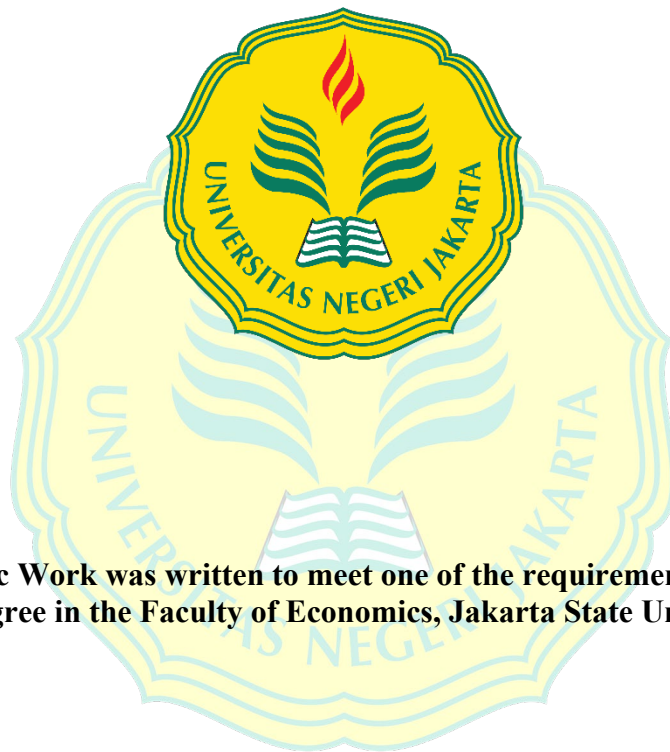


**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

***THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING ON BRAND  
AWARENESS UPT PELAYANAN BAHASA UNIVERSITAS  
NEGERI JAKARTA (Survey on Students of Universitas Negeri  
Jakarta)***

**MUHAMMAD ABID AZIZI  
1702517017**



**This Scientific Work was written to meet one of the requirements it gets  
Associate Degree in the Faculty of Economics, Jakarta State University.**

**DIII MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMICS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

## ABSTRAK

**Muhammad Abid Azizi, 2020; Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Brand Awareness* UPT Pelayanan Bahasa Universitas Negeri Jakarta (Survei pada mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Jakarta: Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.**

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Mengetahui gambaran umum *digital marketing* dan *brand awareness* UPT Pelayanan Bahasa UNJ. 2) Mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap *brand awareness* UPT Pelayanan Bahasa UNJ. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu dengan metode survey dengan cara menyebarkan kuesioner secara daring kemudian diolah menggunakan program SPSS 24. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan uji inferensial. Hasil yang didapat dari regresi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *digital marketing* terhadap *brand awareness* UPT Pelayanan Bahasa UNJ. Hal tersebut karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,246 > 1,661$ ) dan nilai sig atau *p-value*  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci:** *Digital marketing*, *Brand Awareness*, UPT Pelayanan Bahasa UNJ

## ***ABSTRACT***

**Muhammad Abid Azizi, 2020; *The Effect of Digital marketing on Brand Awareness UPT Pelayanan Bahasa Universitas Negeri Jakarta (Survey on Students of State University of Jakarta)* Karya Ilmiah, Jakarta: Marketing Management Study Program DIII, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.**

*The purpose of this study are: To know 1) Overview of digital marketing and brand awareness of UPT Pelayanan Bahasa UNJ. 2) The effect of digital marketing on brand awareness of UPT Pelayanan Bahasa UNJ. The technique used in data collection is the survey method by distributing questionnaires online and then processed using the SPSS 24 program. This research uses descriptive analysis and inferential test. The results obtained from the regression indicate that there is a positive and significant influence between digital marketing on brand awareness UPT Pelayanan Bahasa UNJ. It is because  $t_{count} > t_{table}$  ( $7,246 > 1,661$ ) and sig or p-value  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Digital marketing, Brand Awareness, UPT Pelayanan Bahasa UNJ*



# LEMBAR PERSETUJUAN

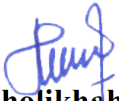
## Lembar Persetujuan Proposal Karya Ilmiah

### PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SEMINAR PROPOSAL KARYA ILMIAH

Mengetahui,

Koordinator Program Studi  
D3 Manajemen Pemasaran

Pembimbing

  
**Dra. Sholikhah, M.M**  
NIP : 196206231990032001

  
**M. Edo Survawan Siregar, S.E., M.B.A.**  
NIP : 196206231990032001

05 Agustus 2020

05 Agustus 2020

Nama : Muhammad Abid Azizi  
No. Registrasi : 1702517017  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

# LEMBAR PENGESAHAN

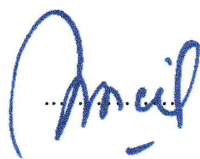

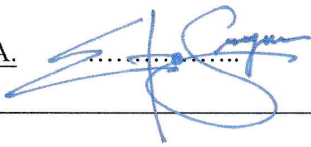
## Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

### LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
	Ketua Sidang		
1.	<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si.</u> NIP. 195702211985032002		25 Agustus 2020 .....
	Penguji Ahli		
2.	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001		26 Agustus 2020 .....
	Pembimbing		
3.	<u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.</u> NIP. 197201252002121002		26 Agustus 2020 .....
Nama : Muhammad Abid Azizi No. Registrasi : 1702517017 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 14 Agustus 2020			

Catatan: - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- Dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

# LEMBAR ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Abid Azizi

NIM : 1702517017

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

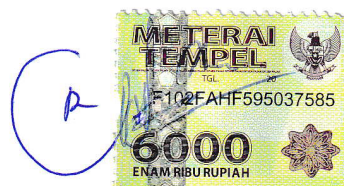
Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul **“PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* UPT PELAYANAN BAHASA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA (Survei pada mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta).”** ini adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang diajukan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan



**Muhammad Abid Azizi**

NIM 1702517052



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

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

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Abid Azizi  
NIM : 1702517017  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/ D3 Manajemen Pemasaran  
Alamat email : muhammadabidazizi0@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (Karya Ilmiah)

yang berjudul :

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* UPT PELAYANAN BAHASA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA (Survei pada mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta).**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Penulis

Muhammad Abid Azizi



## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur dipanjatkan pada Allah SWT, Tuhan yang maha pengasih dan maha penyayang. Tak lupa selawat yang selalu tercurah untuk Nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat dan petunjuk dari Allah SWT peneliti dapat diberikan kekuatan, kesehatan, kemudahan, dan kesempatan sehingga dapat terselesaikannya penelitian ini yang berjudul Pengaruh *Digital marketing* Terhadap *Brand Awareness* UPT Pelayanan Bahasa UNJ (Survei pada Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta).

Karya ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyelesaian penelitian ini peneliti tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, bantuan, kritik, dan saran dari berbagai pihak yang terlibat langsung maupun yang tidak terlibat langsung. Oleh sebab itu peneliti dengan tulus ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran
3. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu praktikan dalam proses penulisan karya ilmiah ini.

4. Dr. Widya Parimita, SE., M.P.A selaku kepala UPT Pelayanan Bahasa UNJ telah memberikan izin kepada peneliti untuk menjadikan UPT Pelayanan Bahasa UNJ sebagai objek penelitian.
5. Ibu, Almarhum Ayah, Adik dan Kakak saya yang telah berjuang sehingga saya bisa berada di bangku pendidikan tinggi.
6. Shandy Aditya, BIB., MPBS., Tia Ristiawati M.Hum, Ursula Natalia, Giri Baskoro, Nabila Meliyanti, Ira Anggraini, Hestiyani Parai, Payumi, Desrina Dian, dan Dody Setiawan yang telah memberikan dukungan kepada peneliti
7. Dan teman-teman saya yang telah memberikan dukungan yang tulus untuk peneliti dan semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih peneliti atas kebaikan yang telah anda semua berikan selama ini.

Demikian karya ilmiah ini dibuat dengan sebaik-baiknya oleh peneliti. Semoga karya ilmiah ini memuat beragam informasi yang dapat bermanfaat. Dalam karya ilmiah ini peneliti menyadari adanya kekurangan. Oleh sebab itu, peneliti berharap mendapatkan kritik dan saran untuk memperbaiki kekurangan yang ada, sehingga karya ilmiah ini dapat berguna dengan baik.

Jakarta, 5 Agustus 2020

**Muhammad Abid Azizi**

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR ORISINALITAS .....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Manfaat.....	6
BAB II KAJIAN DAN METODOLOGI PENULISAN.....	7
A. Kajian Teoritis .....	7
1. <i>Brand Awareness</i> .....	7
2. <i>Digital Marketing</i> .....	12
3. Penelitian Terdahulu .....	15
B. Kerangka Berpikir .....	18
C. Metodologi Penelitian .....	19
1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	19
2. Metode Penentuan Responden .....	19
3. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	21
4. Metode Penelitian .....	23
BAB III PEMBAHASAN .....	29
A. Deskripsi Kasus.....	29
B. Analisis Kasus.....	29
1. Uji Instrumen .....	29

2. Data Responden .....	32
3. Analisis Deskriptif .....	37
4. Uji Asumsi Dasar .....	52
5. Uji Regresi Sederhana.....	55
6. Uji Hipotesis .....	55
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>58</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>59</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>63</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar I.1 Pengetahuan Mahasiswa tentang UPT Pelayanan Bahasa UNJ .</b>	<b>3</b>
<b>Gambar II.1 Piramida Kesadaran Akan Merek.....</b>	<b>10</b>
<b>Gambar II.2 Kerangka Berpikir Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>Gambar III.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</b>	<b>32</b>
<b>Gambar III.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....</b>	<b>33</b>
<b>Gambar III.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas .....</b>	<b>34</b>
<b>Gambar III.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Semester.....</b>	<b>35</b>
<b>Gambar III.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili.....</b>	<b>36</b>
<b>Gambar III.6 Uji Normalitas P Plot.....</b>	<b>53</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel II.2 Operasional Variabel .....	22
Tabel II.3 Skala Likert .....	24
Tabel III.1 Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel III.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	31
Tabel III.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel III.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	33
Tabel III.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas .....	34
Tabel III.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Semester .....	35
Tabel III.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili.....	36
Tabel III.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Digital Marketing</i> .....	37
Tabel III.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	46
Tabel III.10 Hasil Uji Normalitas Kolmogorove-Smirmov.....	53
Tabel III.11 Hasil Uji Linearitas.....	54
Tabel III.12 Tabel <i>Coefficients</i> .....	55
Tabel III.13 Tabel <i>Model Summary</i> .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	63
Lampiran 2 Data Primer Hasil Kuesioner .....	69
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	74
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif.....	77
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	81
Lampiran 7 Hasil Uji regresi Sederhana dan Uji Hipotesis.....	83

