

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN *PADA E-COMMERCE* BUKALAPAK (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA)**

RAFINO NAUFAL

1702517047



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

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

***THE EFFECT OF BRAND AWARENESS ON CUSTOMER
BUYING INTEREST IN BUKALAPAK E-COMMERCE (CASE
STUDY ON UNIVERSITY OF JAKARTA STUDENTS)***

RAFINO NAUFAL

1702517047



*This Scientific Work was written to arranged to meet one of the requirements to
get the title of the Ahli Madya at Faculty Economics State University of Jakarta.*

MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2021

ABSTRAK

RAFINO NAUFAL. 1702517047. Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Minat Beli Konsumen pada *E-commerce* Bukalapak (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). Program Studi DIII Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Persaingan yang semakin ketat antar perusahaan *E-Commerce* di Indonesia menggambarkan bahwa semakin sulit menarik minat beli konsumen dalam perkembangan proses transaksi belanja *online* yang sedang terjadi saat ini. Pemasaran biasanya dihadapkan dengan masalah pemasaran produk melalui kesadaran merek untuk menarik para konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Brand Awareness* terhadap Minat Beli baik secara parsial maupun simultan dan manakah dari keempat variabel *Brand Awareness* yang paling berpengaruh terhadap Minat Beli.

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini melalui kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS VERSI 20 untuk pengolahan data.

Kata Kunci : *Brand Awareness*, Minat Beli

ABSTRACT

RAFINO NAUFAL. 1702517047. The Effect of Brand Awareness on customer Buying Interest in Bukalapak E-Commerce (Case study on University of Jakarta Students). Marketing DIII Study Program. Faculty of Economics. University of Jakarta.

The increasingly tighter competition among E-Commerce companies in Indonesia illustrates that it is increasingly difficult to attract consumer buying interest in the online shopping transaction process that is currently happening. Marketing is usually faced with marketing a product problem through brand awareness to attract consumers. The purpose of this study was to determine the influence of the influence on Brand Awareness, Purchase Intention either partially or simultaneously and which of the four Brand Awareness variables had the most influence on Buying Interest.

The method used in this research is descriptive analysis. Methods of data in research through a questionnaire. The data analysis technique used instrument test, classical assumption test, simple linear regression, coefficient of determination and hypothesis testing using SPSS VERSION 20 for data processing.

Keywords: Brand Awareness, Buying Interest

LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL KARYA ILMIAH

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SEMINAR PROPOSAL KARYA ILMIAH

Mengetahui,

Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Pembimbing



Dra. Solikhah, M.M

Agung Kresnamurti Rivai P. S.T., M.M

NIP : 196206231990032001

NIP : 19740416 200604 1 001

21 Januari 2021

21 Januari 2021

Nama	: Rafino Naufal
No. Registrasi	: 1702517047
Program Studi	: D3 Manajemen Pemasaran


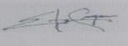

LEMBAR PENGESAHAN

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 Penguji		
1	<u>Dra. Solikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001		20-Februari-2021
	Penguji Ahli		
2	<u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.</u> NIP. 197201252002121002		24-Februari-2021
	Dosen Pembimbing		
3	<u>Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M.</u> NIP. 197404162006041001		21-Januari-2021
Nama : Rafino Naufal No. Registrasi : 1702517047 Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 5 Februari 2021			

Catatan: - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoiny warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rafino Naufal
NIM : 1702517047
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul "**Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Minat Beli Konsumen pada *E-commerce* Bukalapak (Studi Kasus pada Mahasiswa 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 pedoman dan 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 Saya.

Jakarta, Februari 2021

Yang Membuat Pernyataan



Rafino Naufal

1702517047

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: 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 : Rafino Naufal
NIM : 1702517047
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / D3 Manajemen Pemasaran
Alamat email : rafinonaufal23@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 *Brand Awareness* terhadap Minat Beli Konsumen pada *E-commerce* Bukalapak (Studi Kasus pada Mahasiswa 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, 1 Maret 2021

Penulis

Rafino Naufal

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini yang berjudul: Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Minat Beli Konsumen pada *E-commerce* Bukalapak (Studi Kasus pada Mahasiswa UNJ). Karya Ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh Gelar Ahli Madya Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Agung Kresnamurti, ST, M.M, selaku Dosen Pembimbing Karya Ilmiah DII Manajemen Pemasaran
2. Dra. Sholikhah, MM, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Dosen-dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti duduk di bangku perkuliahan.
5. Orang Tua yang sudah senantiasa memberikan doa dan dukungan dalam bentuk apapun baik moral maupun material bagi peneliti.
6. Rekan - rekan seperjuangan D3 Manajemen Pemasaran B yang telah menempuh pendidikan di bangku perkuliahan selama 3 tahun yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

7. Seluruh teman peneliti yang selalu memberikan semangat dan berkenan membantu dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan Karya Ilmiah ini.

Jakarta, 11 Januari 2021

Rafino Naufal



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL KARYA ILMIAH.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	8
KAJIAN TEORITIS DAN METODOLOGI PENELITIAN	8
A. Kajian Teoritis	8
1. <i>Brand Awareness</i>	8
2. Minat Beli.....	11
3. Hubungan <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli	13
4. Penelitian Terdahulu	14
B. Kerangka Berpikir	16
C. Metodologi Penelitian	17
BAB III.....	27
PEMBAHASAN.....	27
A. Deskripsi Kasus.....	27
B. Analisis Kasus.....	27
C. Pembahasan Kasus	44
BAB IV	46
KESIMPULAN DAN SARAN	46

A. Kesimpulan	46
B. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	51
Lampiran 1 Kuesioner	51
Lampiran 2 Data Hasil Jawaban Variabel X dan Y	58
Lampiran 3 Seluruh Perhitungan SPSS	59



DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar I.1	Statistik transaksi <i>E-commerce</i> di Indonesia	2
Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	17
Gambar III.1	Uji Normalitas Plot	40



DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	14
Tabel II.2	Operasional Variabel	20
Tabel II.3	Skala Likert	21
Tabel II.4	Kriteria Penilaian Kuesioner	23
Tabel III.1	Hasil Uji Validitas	28
Tabel III.2	Hasil Uji Reliabilitas	29
Tabel III.3	<i>Gender</i> Responden	30
Tabel III.4	Fakultas Responden	30
Tabel III. 5	Angkatan Responden	31
Tabel III. 6	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Brand	33
Tabel III. 7	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli	36
Tabel III. 8	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	41
Tabel III. 9	Hasil Uji Linearitas	42
Tabel III. 10	Tabel <i>Coefficients</i>	43
Tabel III. 11	Model <i>Summary</i> ^b	43

