

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI SEPATU
VENTELA
DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh
Ketut Nova Ariana
NIM 1917041110**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2023

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**



Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si
NIP. 191761110201404200

Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

Skripsi oleh Ketut Nova Ariana ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 24 Juli 2023

Dewan Penguji,


Dr. Ni Luh Wayan Savang Telagawathi, S.E., M.Si (Ketua)
NIP. 191761110201404200


Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si (Anggota)
NIP. 198309212015041001


Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M (Anggota)
NIP. 198207292010122003



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana akuntansi

Pada:

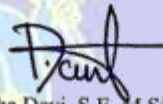
Hari : Jumat

Tanggal : 20 Oktober 2023

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

Sunitha Devi, S.E., M.Si., Ak
NIP.198902272018032001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si
NIP. 1979061620021221003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* terhadap minat beli sepatu *Ventela* di kota Singaraja” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkatrahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Sepatu *Ventela* di Kota Singaraja”. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Skripsi ini dapat terselesaikan atas bimbingan, arahan, serta bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen yang telah memberikan kesempatan mengikuti pendidikan di Jurusan Manajemen.
5. Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si., selaku Pembimbing Akademik sekaligus sebagai Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi dan perkuliahan sampai pada tahap ini.
6. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang selalu memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi serta masukan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Staf Dosen di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan petunjuk, saran dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

8. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta semua staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan tentang nilai perkuliahan.
9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
10. Kepada Ibu saya tercinta Luh Karioni yang selalu memberikan semangat dan dorongan moral dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Mahasiswa di lingkungan Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang dengan tulus memberikan motivasi, memberikan doa, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan atas segala keterbatasan dalam kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran serta masukan perbaikan dari para pembaca sebagai pengembangan skripsi ini di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Singaraja, 24 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS.....	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Minat Beli.....	11
2.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	13
2.1.3 <i>Brand Image</i>	16
2.1.4 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	18
2.1.5 Hubungan Antar Variabel.....	22
2.2 Kerangka Berpikir.....	24
2.3 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel.....	28
3.4 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	29
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5 Instrumen Pengumpulan Data.....	31
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	31
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian.....	32
3.7.1 Uji Validitas.....	33
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.8 Metode dan Teknik Analisis Data.....	35
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.9.1 Uji Normalitas.....	36
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	36
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.9.4 Uji Autokorelasi.....	37
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda.....	38

3.9.1 Uji Normalitas	36
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	36
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.9.4 Uji Autokorelasi.....	37
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.11 Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.12 Uji Hipotesis.....	39
3.12.1 Uji Simultan (Uji F).....	39
3.12.2 Uji Parsial (Uji t)	39
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Data	41
4.1.1 Deskripsi Responden	41
4.1.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	42
4.2 Uji Asumsi Klasik	45
4.2.1 Uji Normalitas	46
4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	47
4.2.3 Uji heteroskedastisitas	48
4.2.3 Uji Autokorelasi.....	49
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	51
4.5 Uji Hipotesis.....	52
4.5.1 Uji Simultan (Uji F).....	52
4.5.2 Uji Parsial (Uji t)	53
4.6.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	54
4.6.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Minat Beli	55
4.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	56
4.7 Keterbatasan Penelitian	57
4.8 Implikasi.....	57
BAB V	60
PENUTUP.....	60
5.1 Rangkuman.....	60
5.2 Simpulan.....	62
5.3 Saran.....	62
DAFTAR RUJUKAN	64
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	Data Kuesioner Observasi Awal Penelitian.....	5
Tabel 2.1	Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	17
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
Tabel 3.2	Hasil Pengujian Validitas	33
Tabel 3.3	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	34
Tabel 4.1	Kategori Interpretasi Skor Variabel.....	41
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli	41
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Social Media Marketing</i>	42
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i>	43
Tabel 4.5	Uji Normalitas	45
Tabel 4.6	Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.7	Hasil Koefisien Regresi	48
Tabel 4.8	Hasil Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4.9	Hasil Uji Simultan (Uji F)	50
Tabel 4.10	Hasil Uji Parsial.....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Data Kuesioner Observasi Awal Penelitian.....	3
Gambar 1.2. Data <i>Trend</i> Minat Masyarakat di Kota Singaraja, Bali Lima Tahun Terakhir terhadap Beberapa Merek Sepatu Lokal.....	4
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Data Usia Responden.....	39
Gambar 4.2 Data Jenis Kelamin Responden	40
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas	44
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskeditas	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Observasi Awal	66
Lampiran 2 Hasil Observasi Awal	69
Lampiran 3 Kuesioner Uji Coba Penelitian Kepada 30 Responden	72
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 5 Identitas Responden.....	83
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	89
Lampiran 7 Data Ordinal Penelitian (Hasil Jawaban Kuesioner Penelitian).....	94

