

INTISARI

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MENANTEA TOKO DI YOGYAKARTA

Oleh:

Dhea Faulina Khofifah

182304008

Kemajuan dalam bidang usaha memberikan banyak perubahan salah satunya dalam perilaku pembelian yang menggunakan internet. *Influencer marketing* menjadi salah satu strategi dengan menggunakan internet untuk meningkatkan pembelian. Selain itu penggunaan internet juga dapat memperluas *brand awareness*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial maupun simultan pengaruh *influencer marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada Menantea Toko di Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Menantea Toko outlet Malioboro Mall pada bulan Mei-Juli 2022. Populasi yang digunakan yaitu konsumen Menantea Toko dengan sampel konsumen Menantea Toko pada outlet Malioboro Mall. Pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data yang diambil dengan kuesioner menggunakan alat bantu *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dengan hasil penelitian yang menjelaskan bahwa secara parsial *influencer marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Menantea Toko di Yogyakarta. Sedangkan *brand awareness* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Menantea Toko di Yogyakarta. *Influencer marketing* dan *brand awareness* secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Menantea Toko di Yogyakarta.

Kata Kunci: *influencer marketing*, *brand awareness*, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF INFLUENCER MARKETING AND BRAND AWARENESS ON PURCHASE DECISIONS ON STORE MENANTEA IN YOGYAKARTA

By:

Dhea Faulina Khofifah

182304008

Advances in the field of business provide many changes, one of which is in buying behavior using the internet. Influencer marketing is one of the strategies by using the internet to increase purchases. In addition, the use of the internet can also expand brand awareness. This study aims to determine partially or simultaneously the influence of influencer marketing and brand awareness on purchasing decisions at Menantea Toko in Yogyakarta. This research is a quantitative research. This research was conducted at Menantea Toko outlets Malioboro Mall in May-July 2022. The population used was Menantea Toko consumers with a sample of Menantea Toko consumers at Malioboro Mall outlets. The sampling used is non-probability sampling with purposive sampling method. Data taken by questionnaire using google form tool. The data analysis technique used is multiple linier regression analysis. With the results of research that explains that partially influencer marketing has a significant effect on purchasing decisions at Menantea Toko in Yogyakarta. Meanwhile, brand awareness has no effect on purchasing decisions at Menantea Stores in Yogyakarta. Influencer marketing and brand awareness simultaneously have a positive and significant influence on purchasing decisions at Menantea Toko in Yogyakarta.

Key Word: *influencer marketing, brand awareness, and purchase decisions.*