

**PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *MIXUE ICE CREAM*
& *TEA* DENGAN *FoMO* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA *SOCIAL*
MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun oleh:

ANISA FITRIANI

202304017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN *SOCIAL MEDIA*
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *MIXUE ICE CREAM & TEA* DENGAN FoMO
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA *SOCIAL MEDIA*
MARKETING KE KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Diajukan oleh:

ANISA FITRIANI

202304017

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Sah
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen (S-1) Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Tanggal: 06 Mei 2024

Mengesahkan

Penguji 1,



Rizki Wahyuning Damayanti, S.E., M.Sc.
NIDN. 0528059801

Penguji 2,



Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc.
NIDN. 0519029002

Pembimbing,



Ari Okta Viyani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0501109701

Ketua Program Studi,



Murwani Eko Astuti, S.E., MBA
NIDN. 0506098101

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta,

Nama : Anisa Fitriani

NPM : 202304017

Program Studi : Manajemen (S-1)

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Equity* dan *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian dengan FoMO sebagai Variabel Mediasi pada *Social Media Marketing* ke Keputusan Pembelian

Menyatakan bahwa hasil penelitian dengan judul tersebut di atas adalah asli karya saya sendiri dan bukan hasil *plagiarisme*. Semua referensi dan sumber terkait yang dikutip dalam karya ini telah ditulis sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan ini, saya menyatakan untuk menyerahkan hak cipta penelitian kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta guna kepentingan ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak mana pun. Apabila terdapat kekeliruan atau ditemukan adanya pelanggaran akademik di kemudian hari, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai ketentuan akademik.

Yogyakarta, 1 Februari 2024



KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Equity* dan *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian dengan FoMO sebagai Variabel Mediasi pada *Social Media Marketing* ke Keputusan Pembelian”.

Skripsi ini dapat diselesaikan atas bimbingan, arahan, dan bantuan berbagai pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada:

1. Bapak Edhy Tri Cahyono, S.Si., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
2. Ibu Murwani Eko Astuti, S.E., MBA selaku Ketua Program Studi Manajemen (S-1).
3. Ibu Ari Okta Viyani, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Keluarga tercinta yang memberikan semangat, doa, dan selalu mempercayai saya untuk mencapai mimpi saya.
5. Keluarga kedua saya Biro Kemahasiswaan dan Alumni Unjaya yang selalu mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh pihak yang telah terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kebaikan kepada semuanya, atas segala kebaikan yang telah dilakukan kepada saya. Masukan, kritik serta saran dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat berguna bagi banyak orang.

Yogyakarta, 18 Mei 2024

Penulis,

Anisa Fitriani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
1. Manfaat Teoritis	15
2. Manfaat Praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Landasan Teori	16
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Berpikir	27
D. Pengembangan Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Desain Penelitian	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
D. Populasi dan Sampel.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Teknik Analisis.....	36

BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	42
A. Deskripsi Data	42
B. Analisis Data.....	48
C. Pengujian Hipotesis	54
D. Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator <i>Brand Equity</i>	18
Tabel 2.2 Indikator <i>Social Media Marketing</i>	20
Tabel 2.3 Indikator Keputusan Pembelian	21
Tabel 2.4 Indikator FoMO	22
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Definisi Variabel Operasional.....	33
Tabel 3.3 Skala Likert	36
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Banyak Membeli	43
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3 Deskripsi Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.4 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.5 Deskripsi Berdasarkan Penghasilan	45
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Produk Yang Sering Dibeli	46
Tabel 4.7 <i>Descriptive Stastistic</i>	47
Tabel 4.8 <i>Validitas Konvergen</i>	49
Tabel 4.9 <i>Cross Loading</i>	50
Tabel 4.10 <i>Construct Raliability</i>	51
Tabel 4.11 <i>Path Coefficients</i>	52
Tabel 4.12 <i>Specific Indirects Effects</i>	53
Tabel 4.13 Pengujian Hipotesis.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persebaran Gerai Mixue Ice Cream & Tea	3
Gambar 2.1 Minat Beli Konsumen Mixue Ice Cream & Tea	4
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	27
Gambar 4.1 Logo Mixue Ice Cream & Tea	42

PERPUSTAKAAN
JENDERAL ACHMAD YANI
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	71
Lampiran 2 Data Penelitian.....	75
Lampiran 3 Identitas Responden.....	81
Lampiran 4 Data Deskripsi Responden	87
Lampiran 5 Analisis Data.....	89
Lampiran 6 Kartu Bimbingan	106
Lampiran 7 Hasil Cek Plagiarisme	108