

Bab V

Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

- a. Variabel *Social Media Marketing* **berpengaruh** terhadap Variabel *Purchase Intention*. Maka **H1 diterima**.
- b. Variabel *Social Media Marketing* **berpengaruh** terhadap Variabel *Brand Awareness*. Maka **H2 diterima**.
- c. Variabel *Brand Awareness* **tidak berpengaruh** terhadap Variabel *Purchase Intention*. Maka **H3 ditolak**.
- d. Variabel *Brand Awareness* **tidak memediasi pengaruh** antara Variabel *Social Media Marketing* terhadap Variabel *Purchase Intention*. Maka **H4 ditolak**.

2. Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat 2 pasang variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu Variabel *Social Media Marketing* terhadap Variabel *Purchase Intention* dan Variabel *Social Media Marketing* terhadap Variabel *Brand Awareness*. Berdasarkan hasil penelitian, dapat dirumuskan beberapa saran antara lain sebagai berikut:

- a. Pemasaran media sosial dari Shopee ini terbukti bahwa memberikan pengaruh pada niat pembelian dari konsumen Shopee tersebut. Karena pemasaran dari media sosial itu membuat konsumen semakin memiliki keinginan untuk melakukan transaksi menggunakan Shopee. Shopee

sudah sangat bagus mempromosikan bagaimana bertransaksi di Shopee ini secara mudah dan aman serta dengan adanya gratis ongkir, sistem COD, dll. Namun pada kenyataannya gratis ongkir dan sistem COD tidak berjalan lurus sesuai dengan keinginan perusahaan Shopee, seperti gratis ongkir ini pada kenyataannya tidak seperti itu melainkan hanya dapat potongan ongkir Rp 10.000 saja dan tidak gratis sepenuhnya. Lalu pada sistem COD ini masih sangat banyak orang yang tidak mengerti apa itu sistem COD dan banyak konsumen yang tidak paham malah melampiaskan kekesalan kepada kurir padahal kemungkinan kesalahan ada pada seller dari Shopee. Sebenarnya, kedua hal diatas ini merupakan salah satu trik pemasaran dari Shopee agar konsumen tersebut mau membeli barang yang ada di Shopee, memang berhasil namun lebih baik diperjelas lagi bagaimana gratis ongkirnya dan bagaimana sistem COD yang baik dan benar.

- b. Pemasaran media sosial dari Shopee juga memberikan pengaruh kepada Kesadaran Merk konsumen Shopee. Sebenarnya Shopee sudah baik dalam pemasaran media sosial yang mengiklankan, namun banyak orang yang tahu iklan Shopee ini hanya dari sosial media YouTube, maka Shopee seharusnya dapat mencoba membuat iklan untuk sosial media lain seperti media sosial yang sedang hits yaitu Tiktok, agar merk dari Shopee ini makin dikenal oleh semua kalangan.

3. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Peneliti Selanjutnya

1. Terdapat keterbatasan yang dilakukan oleh peneliti sehingga nantinya dapat diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa, antara lain :
 - a. Sulitnya mencari responden yang pernah melakukan transaksi di Shopee dan juga dibarengi dengan mengikuti salah satu akun sosial media dari Shopee tersebut
 - b. Setiap tahun yang menguasai puncak pasar dari e-commerce ini selalu berubah – ubah sehingga sulit untuk mencari data yang tepat untuk tahun tersebut
 - c. Sulitnya untuk membuktikan bahwa responden yang mengisi kuesioner itu sudah mengikuti salah satu akun sosial media dari Shopee
2. Adapun Saran yang dapat saya berikan bagi peneliti selanjutnya, antara lain:
 - a. Penelitian ini hanya terbatas kepada pengguna Shopee saja sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan membahas mengenai aplikasi e – commerce lainnya seperti Tokopedia, Bukalapak, Jd.id, Lazada dan masih banyak lagi.
 - b. Pada Penelitian selanjutnya, diharapkan untuk membahas mengenai variabel kepuasan pelanggan atau niat beli ulang.

Daftar Pustaka

- Abari, I. (2018, February 9). *Data Shopee : Generasi Milenial Dominasi Transaksi e-Commerce Indonesia*. Retrieved from <https://eljohnnews.com/data-shopee-generasi-milenials-dominasi-transaksi-e-commerce-indonesia/>
- adminspsstatik. (2017, January 4). *Analisis regresi liner berganda menurut para ahli*. Retrieved from <https://www.spsstatistik.com/analisis-regresi-linier-berganda-menurut-para-ahli/>
- Aditiya, M. (2021, Januari 7). *Sengitnya Perebutan Takhta Penguasa E-Commerce di Tanah Air*. Retrieved from <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/01/07/sengitnya-perebutan-takhta-penguasa-e-commerce-di-tanah-air>
- Alfeel, E., & Ansari, D. Z. (2019). The Impact of Social Media Marketing on Consumer Purchase Intention: Consumer Survey in Saudi Arabia. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 13-22.
- Andy. (2019, December 1). *Mengenal Brand Awareness Dan Cara Meningkatkan*. Retrieved from <https://qwords.com/blog/brand-awareness/>
- Arbar, T. F. (2019, December 1). *Ria Miranda & Ramai #UninstallTokopedia, Ada Apa Nih?* Retrieved from

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191201133258-37-119357/ria-miranda-ramai-uninstalltokopedia-ada-apa-nih>

BBC. (2019, Februari 15). *Tagar Uninstall Bukalapak dan cuitan Achmad Zaky:*

Berapa sebenarnya anggaran litbang Indonesia? Retrieved from

<https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-47249263>

Budianto, I. (2017, 12 28). *Apa itu Social Media Marketing: Belajar Strategi*

Pemasaran Melalui Media Sosial. Retrieved from

<https://winstarlink.com/social-media-marketing/>

Bilgin, Y. (2018). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ON BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE AND BRAND LOYALTY. *BUSINESS & MANAGEMENT STUDIES: AN INTERNATIONAL JOURNAL*, 128-148.

Elaydi, H. O. (2018). The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness through Facebook: An Individual-Based Perspective of Mobile Services Sector in Egypt. *Open Access Library Journal*, 1 - 13.

Gunawan, A. (2019, Agustus 31). *Data Statistik YouTube yang Jarang Orang Tahu.* Retrieved from <https://jabar.idntimes.com/hype/fact/arifgunawan/statistik-mencengangkan-soal-youtube-regional-jabar/2>

Hestanto. (n.d.). *Brand Awareness (Kesadaran Merek).* Retrieved from

<https://www.hestanto.web.id/brand-awareness-kesadaran-merek/>

- Hilal, M. (2018). Impact of social media marketing on purchase intention: Creation of brand equity for Sri Lankan brands. *Journal of Management Matters*, 47 - 57.
- Mulyono. (2019, December 2). *Analisis Regresi Sederhana*. Retrieved from <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>
- Pengertian Minat Beli atau Purchase Intention*. (2016, June 29). Retrieved from <http://pustakabakul.blogspot.com/2016/06/pengertian-minat-beli-atau-purchase.html>
- Renu, Bansal, S., & Gupta, V. (2020). The Influence Of Social Media On Consumer Purchase Intention. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY*, 3136 – 314
- Riyadi, H. (2019, April 29). *Apa itu Shopee? Keunggulan Apa Saja yang Dimiliki oleh Shopee?* Retrieved from <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>
- Shopee. (n.d.). *Penghargaan Kami*. Retrieved from <https://careers.shopee.co.id/why-shopee>
- Zarlish Shahid, T. H. (2017). The Impact of Brand Awareness on The consumers' Purchase Intention. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 34 - 38.

LAMPIRAN 1

KUESIONER

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
2. Usia
 - a. dibawah 20 thn
 - b. 20 – 30 thn
 - c. 31 – 40 thn
 - d. diatas 40 thn
3. Pendapatan per Bulan
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.001 – Rp 3.000.000
 - c. Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000
 - d. > Rp. 5.000.001
4. Akun Media sosial manakah yang anda miliki ?
 - a. Facebook
 - b. Instagram
 - c. Twitter
 - d. YouTube
 - e. WhatsApp
 - f. TikTok

5. Apakah Anda pernah melakukan transaksi di Shopee ?

a. Ya, Pernah

b. Tidak Pernah

Jawablah pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang sesuai dengan pilihan anda pada tabel. Sangat tidak Setuju (STS) sampai Sangat Setuju (SS).

1. Social Media Marketing

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Shopee memiliki banyak aktivitas pemasaran di situs media sosial mereka					
2	Shopee sering memperbarui kontennya (Postingan, gambar, video, dll)					
3	Konten (Postingan, gambar, video, dll) dari Shopee relevan bagi saya					
4	Konten (Postingan, gambar, video, komentar, dll.) dari Shopee populer di kalangan teman dan lainnya					
5	Shopee menggunakan berbagai aplikasi (aplikasi seluler) dan platform (media sosial, situs web, email, SMS, telepon, dll.) Untuk mempromosikan produk dan layanannya.					

2. Brand Awareness

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya tahu merek Shopee					

2	Saya tahu Karakteristik merek Shopee					
3	Saya selalu ingat logo Shopee					

3. Purchase Intention

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kemungkinan (Probabilitas) saya akan membeli produk / jasa di Shopee sangat tinggi					
2	Saya akan membeli produk / jasa di Shopee lain kali ketika saya membutuhkannya					
3	Kemungkinan saya akan terus membeli produk / jasa dari Shopee tersebut di masa mendatang					

Sumber : (Esraa Alfeel dan Dr. Zaid Ahmad Ansari, 2019) dan (Yusuf Bilgin, 2018)

LAMPIRAN 2

HASIL DATA JAWABAN RESPONDEN

Timestamp	Apakah anda mengikuti salah satu media sosial shopee ?	Manakah Media Sosial Shopee yang anda ikuti ?	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan per Bulan	Apakah Anda pernah melakukan transaksi di Shopee ?
25/03/2021 13.39	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
25/03/2021 13.41	Ya	Instagram, YouTube, WhatsApp, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
25/03/2021 14.50	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
25/03/2021 16.40	Ya	Instagram, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
25/03/2021 17.07	Ya	Instagram	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Ya, Pernah
25/03/2021 20.26	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
25/03/2021 20.45	Ya	Instagram, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
25/03/2021 20.46	Ya	Instagram	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
25/03/2021 22.10	Ya	Instagram, YouTube, WhatsApp	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Ya, Pernah
25/03/2021 23.45	Ya	Instagram	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
26/03/2021 07.06	Ya	Instagram, YouTube	Laki - Laki	dibawah 20 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
26/03/2021 13.31	Ya	TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
26/03/2021 13.33	Ya	Facebook, Instagram, Twitter	Laki - Laki	31 - 40 thn	> Rp 5.000.001	Ya, Pernah
26/03/2021 15.11	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
27/03/2021 13.07	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
27/03/2021 13.44	Ya	Instagram	Perempuan	dibawah 20 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
27/03/2021 13.45	Ya	YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah

27/03/2021 14.17	Ya	Instagram	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
27/03/2021 15.18	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
27/03/2021 15.50	Ya	Instagram	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
27/03/2021 16.02	Ya	TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
27/03/2021 16.19	Ya	TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
27/03/2021 18.02	Ya	Instagram, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
27/03/2021 19.15	Ya	Instagram, YouTube	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
27/03/2021 19.15	Ya	Instagram	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
27/03/2021 21.03	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
27/03/2021 21.40	Ya	Instagram, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Ya, Pernah
28/03/2021 07.07	Ya	Instagram, YouTube, TikTok	Laki - Laki	dibawah 20 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
28/03/2021 11.37	Ya	Instagram	Laki - Laki	dibawah 20 thn	> Rp 5.000.001	Ya, Pernah
28/03/2021 13.25	Ya	TikTok	Laki - Laki	dibawah 20 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
28/03/2021 13.27	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp	Laki - Laki	dibawah 20 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
28/03/2021 15.23	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
28/03/2021 16.49	Ya	Instagram, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 14.53	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 15.20	Ya	Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 15.23	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 15.32	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 15.33	Ya	YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 15.39	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah

29/03/2021 15.39	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 15.54	Ya	Instagram, TikTok	Perempuan	31 - 40 thn	> Rp 5.000.001	Ya, Pernah
29/03/2021 16.01	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 16.02	Ya	Twitter	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 16.18	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	> Rp 5.000.001	Ya, Pernah
29/03/2021 16.57	Ya	Instagram	Laki - Laki	dibawah 20 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 17.32	Ya	Instagram, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 19.33	Ya	Facebook, Instagram, YouTube	Perempuan	31 - 40 thn	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 19.43	Ya	Instagram	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 20.29	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 20.31	Ya	Facebook	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 20.31	Ya	Facebook, Instagram, Twitter	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 20.32	Ya	Facebook, Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 20.33	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 20.57	Ya	Instagram, Twitter	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 20.58	Ya	Instagram	Perempuan	dibawah 20 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 20.58	Ya	Instagram, YouTube	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 21.00	Ya	Instagram, Twitter, YouTube	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 21.03	Ya	Facebook	Perempuan	dibawah 20 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 21.05	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 21.05	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 21.07	Ya	Facebook, Instagram	Perempuan	dibawah 20 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 21.12	Ya	Instagram	Perempuan	dibawah 20 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 21.15	Ya	Facebook, Instagram, Twitter	Perempuan	dibawah 20 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah

29/03/2021 21.15	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
29/03/2021 22.34	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
30/03/2021 07.04	Ya	Instagram, Twitter	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
30/03/2021 16.52	Ya	Instagram, YouTube, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
31/03/2021 05.39	Ya	Facebook, Instagram, YouTube, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
31/03/2021 05.40	Ya	Instagram, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
31/03/2021 14.32	Ya	Instagram, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
31/03/2021 20.49	Ya	Facebook, Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
31/03/2021 22.29	Ya	YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 00.30	Ya	Instagram, YouTube	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 00.31	Ya	Instagram, YouTube, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 00.31	Ya	Instagram, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 00.32	Ya	Instagram, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 15.41	Ya	Facebook, Instagram, YouTube, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 15.42	Ya	Instagram, YouTube, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 15.42	Ya	Instagram, YouTube	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 15.43	Ya	Instagram, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 15.44	Ya	Instagram, YouTube	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 15.52	Ya	Instagram, YouTube, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 15.53	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 15.54	Ya	Instagram, YouTube, WhatsApp	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
02/04/2021 17.53	Ya	YouTube, WhatsApp, TikTok	Perempuan	dibawah 20 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah

02/04/2021 17.55	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 11.06	Ya	Instagram, YouTube, TikTok	Perempuan	dibawah 20 thn	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 11.07	Ya	Instagram	Perempuan	dibawah 20 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 11.08	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 12.34	Ya	Instagram	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 12.59	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 13.10	Ya	Facebook, Instagram	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 13.35	Ya	Instagram, WhatsApp, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 13.50	Ya	Instagram, YouTube	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 13.58	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 14.21	Ya	Instagram, Twitter, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 14.28	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 14.32	Ya	Instagram, YouTube, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 14.38	Ya	Instagram, Twitter	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 14.43	Ya	Facebook, Instagram, YouTube, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 14.44	Ya	Facebook, YouTube, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 14.45	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 14.48	Ya	Instagram	Perempuan	dibawah 20 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 14.49	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 14.52	Ya	Instagram, YouTube, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 14.55	Ya	Facebook, Instagram, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 15.10	Ya	Facebook, Instagram, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 15.20	Ya	Facebook, Instagram, WhatsApp	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah

03/04/2021 15.21	Ya	Facebook, Instagram, Twitter, YouTube	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 15.32	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 15.37	Ya	Instagram, Twitter, YouTube	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
03/04/2021 15.51	Ya	Facebook, Instagram, Twitter	Perempuan	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
07/04/2021 12.26	Ya	Facebook, Instagram, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
07/04/2021 12.27	Ya	Instagram, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
07/04/2021 12.30	Ya	Instagram, YouTube	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Ya, Pernah
07/04/2021 12.32	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	< Rp 1.000.000	Ya, Pernah
07/04/2021 12.33	Ya	Instagram	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
07/04/2021 12.33	Ya	Instagram, TikTok	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
07/04/2021 12.34	Ya	Instagram	Perempuan	20 - 30 thn	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Ya, Pernah
07/04/2021 12.35	Ya	Facebook, Instagram, YouTube, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah
07/04/2021 14.25	Ya	Instagram, YouTube, TikTok	Laki - Laki	31 - 40 thn	Rp 3.000.001 - Rp. 5.000.000	Ya, Pernah
07/04/2021 14.28	Ya	Instagram, TikTok	Laki - Laki	20 - 30 thn	Rp 1.000.001 - Rp 3.000.000	Ya, Pernah

Data Jawaban pertanyaan responden

No Responden	Social Media Marketing (X)					Total X	Brand Awareness (M)			Total M	Purchase Intention (Y)			Total Y
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5		M.1	M.2	M.3		Y.1	Y.2	Y.3	
1	4	4	3	5	4	20	5	3	4	12	4	5	3	12
2	5	4	5	4	5	23	5	4	3	12	4	5	4	13
3	5	5	5	5	4	24	5	4	4	13	4	4	4	12
4	5	4	4	2	5	20	5	4	5	14	3	4	4	11
5	5	5	5	5	5	25	5	5	4	14	5	5	5	15
6	4	4	3	4	4	19	4	4	4	12	4	4	4	12
7	4	4	3	3	5	19	4	3	3	10	3	4	4	11
8	4	4	4	2	4	18	4	4	4	12	2	5	4	11
9	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15
10	4	5	5	4	4	22	5	3	3	11	5	3	5	13

11	4	4	5	3	4	20	5	4	5	14	4	5	3	12
12	4	4	3	2	2	15	5	4	5	14	3	5	2	10
13	4	4	2	2	3	15	4	3	4	11	3	4	3	10
14	5	5	4	4	5	23	5	4	5	14	5	5	5	15
15	5	4	4	5	4	22	5	4	5	14	4	5	5	14
16	4	4	4	3	4	19	5	4	4	13	4	4	4	12
17	4	4	4	4	5	21	5	4	5	14	4	4	5	13
18	5	5	5	5	5	25	5	4	4	13	5	5	5	15
19	5	4	4	4	5	22	4	3	3	10	4	5	4	13
20	4	5	4	4	4	21	4	4	5	13	5	5	5	15
21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15
22	4	4	3	4	4	19	4	3	4	11	4	4	4	12
23	5	5	4	4	5	23	5	4	5	14	3	4	4	11
24	5	4	4	4	3	20	5	4	4	13	4	5	3	12
25	4	4	4	4	4	20	5	4	4	13	4	4	4	12
26	5	4	5	5	4	23	4	4	5	13	4	5	5	14
27	4	5	4	4	4	21	4	4	4	12	4	4	4	12
28	4	3	3	2	3	15	4	3	4	11	4	3	3	10
29	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15
30	5	5	5	5	5	25	5	5	4	14	5	5	5	15
31	5	5	1	4	4	19	5	4	4	13	2	2	2	6
32	5	5	5	5	5	25	5	4	4	13	5	5	5	15
33	5	4	5	5	4	23	5	4	4	13	4	4	4	12
34	5	4	4	3	4	20	5	4	4	13	4	4	3	11
35	4	5	4	5	4	22	4	4	5	13	5	4	5	14
36	5	5	5	5	5	25	4	3	3	10	5	5	5	15
37	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	15
38	5	5	5	5	5	25	5	4	4	13	5	5	5	15
39	5	5	5	5	5	25	5	4	4	13	5	5	5	15
40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	3	3	3	9
41	4	3	2	2	3	14	4	3	4	11	5	4	3	12
42	5	5	5	5	4	24	5	5	4	14	4	5	5	14
43	4	4	2	3	4	17	5	5	5	15	2	5	3	10
44	4	4	4	4	4	20	5	4	5	14	3	5	5	13
45	5	5	3	3	5	21	5	5	4	14	4	4	3	11
46	5	4	4	3	4	20	5	5	4	14	4	4	3	11
47	5	4	4	3	3	19	5	4	4	13	4	4	3	11
48	4	4	3	4	4	19	4	4	5	13	5	4	4	13
49	4	4	4	5	4	21	5	4	4	13	4	4	4	12
50	3	4	3	4	4	18	4	3	4	11	4	3	3	10
51	3	4	5	4	4	20	4	4	4	12	3	4	4	11

52	5	4	4	4	4	21	5	4	5	14	4	3	3	10
53	4	3	5	5	4	21	4	4	5	13	4	5	4	13
54	4	5	4	4	5	22	4	5	4	13	4	4	5	13
55	4	4	3	4	5	20	4	5	5	14	4	5	5	14
56	4	5	4	4	3	20	4	4	5	13	4	5	5	14
57	5	4	4	5	4	22	5	4	4	13	5	5	4	14
58	4	3	5	5	5	22	4	4	4	12	4	4	4	12
59	4	4	3	4	4	19	5	4	4	13	3	4	4	11
60	4	3	3	4	4	18	4	3	3	10	3	4	5	12
61	5	4	4	4	4	21	5	4	4	13	4	4	4	12
62	5	4	4	4	4	21	4	4	5	13	3	4	4	11
63	4	4	4	3	5	20	5	5	5	15	4	5	4	13
64	5	5	5	5	5	25	5	4	4	13	5	5	5	15
65	3	4	4	5	5	21	4	3	3	10	4	4	4	12
66	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	12
67	5	4	4	3	3	19	5	4	5	14	4	4	3	11
68	5	5	5	3	4	22	3	4	4	11	5	4	3	12
69	4	4	3	2	4	17	4	3	4	11	5	4	3	12
70	4	4	5	4	3	20	5	4	5	14	4	4	3	11
71	4	4	4	3	5	20	4	4	4	12	4	3	5	12
72	5	4	4	4	4	21	5	5	5	15	4	4	5	13
73	5	5	5	3	3	21	4	3	4	11	5	4	4	13
74	5	5	3	3	3	19	4	3	3	10	4	3	3	10
75	4	4	5	5	4	22	4	4	5	13	3	3	3	9
76	3	4	3	5	3	18	4	3	4	11	4	5	4	13
77	3	4	5	2	3	17	5	4	4	13	4	5	3	12
78	4	4	4	2	3	17	5	4	4	13	3	4	4	11
79	5	5	5	4	3	22	4	3	4	11	4	4	3	11
80	4	5	5	4	3	21	5	4	5	14	3	4	3	10
81	5	5	5	3	3	21	4	3	3	10	4	4	3	11
82	4	4	5	5	4	22	5	4	5	14	5	4	4	13
83	4	5	4	5	4	22	5	3	4	12	4	3	4	11
84	5	4	4	5	3	21	4	3	4	11	5	4	5	14
85	4	4	5	4	3	20	5	4	4	13	4	3	4	11
86	5	5	5	5	5	25	5	5	4	14	5	4	5	14
87	5	4	5	4	3	21	5	4	4	13	4	3	4	11
88	4	3	3	5	4	19	4	3	5	12	4	4	3	11
89	5	4	5	4	4	22	4	4	4	12	4	3	3	10
90	5	4	3	3	3	18	5	3	5	13	4	4	4	12
91	4	5	5	4	3	21	4	4	4	12	4	5	4	13
92	3	4	5	3	3	18	4	5	5	14	5	4	4	13

93	4	5	4	4	4	21	5	4	4	13	4	5	5	14
94	4	5	5	4	4	22	5	4	5	14	5	4	4	13
95	4	3	3	4	5	19	5	4	4	13	3	3	3	9
96	4	4	3	4	4	19	4	3	4	11	3	3	3	9
97	4	4	4	4	4	20	4	5	4	13	3	4	4	11
98	5	4	5	3	3	20	4	4	5	13	4	3	3	10
99	4	4	3	5	4	20	4	3	4	11	3	3	3	9
100	5	4	5	5	4	23	5	4	4	13	5	4	4	13
101	4	3	3	3	4	17	4	3	3	10	3	4	3	10
102	4	4	4	5	4	21	5	4	4	13	5	5	5	15
103	4	5	5	3	4	21	4	4	5	13	4	4	3	11
104	4	3	3	3	4	17	4	4	5	13	4	3	3	10
105	5	4	3	3	3	18	4	4	5	13	3	3	3	9
106	4	4	5	5	4	22	5	4	4	13	4	3	4	11
107	5	4	3	3	4	19	5	3	5	13	4	4	4	12
108	4	3	3	3	3	16	4	3	4	11	4	3	3	10
109	5	4	4	3	4	20	5	4	5	14	4	5	5	14
110	4	4	3	3	3	17	4	4	5	13	3	3	3	9
111	3	4	4	4	4	19	4	4	5	13	4	4	4	12
112	4	4	4	4	4	20	5	4	5	14	4	5	5	14
113	4	5	4	3	4	20	5	4	4	13	5	4	4	13
114	4	3	5	4	4	20	5	5	5	15	5	4	4	13
115	5	4	5	3	3	20	5	4	4	13	4	4	3	11
116	3	3	4	4	3	17	4	3	4	11	4	3	3	10
117	4	4	5	3	4	20	5	4	4	13	4	3	4	11
118	4	4	5	4	3	20	5	4	4	13	5	4	4	13
119	4	4	4	5	3	20	4	3	3	10	4	4	3	11
120	5	4	4	3	4	20	5	4	4	13	5	4	4	13
121	4	4	4	3	3	18	5	4	4	13	4	4	3	11
122	5	4	5	4	4	22	4	3	4	11	4	4	3	11

LAMPIRAN 3

HASIL OLAH DATA IBM SPSS 25.0

Uji Validitas Variabel *Social Media Marketing*

		Correlations					
		X1	X2	X3	X4	X5	Total_X
X1	Pearson Correlation	1	,363**	,229*	,130	,205*	,533**
	Sig. (2-tailed)		,000	,011	,154	,023	,000
	N	122	122	122	122	122	122
X2	Pearson Correlation	,363**	1	,353**	,250**	,248**	,636**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,006	,006	,000
	N	122	122	122	122	122	122
X3	Pearson Correlation	,229*	,353**	1	,363**	,151	,689**
	Sig. (2-tailed)	,011	,000		,000	,098	,000
	N	122	122	122	122	122	122
X4	Pearson Correlation	,130	,250**	,363**	1	,406**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,154	,006	,000		,000	,000
	N	122	122	122	122	122	122
X5	Pearson Correlation	,205*	,248**	,151	,406**	1	,619**
	Sig. (2-tailed)	,023	,006	,098	,000		,000
	N	122	122	122	122	122	122
Total_X	Pearson Correlation	,533**	,636**	,689**	,726**	,619**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	122	122	122	122	122	122

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel *Brand Awareness*

		Correlations			
		M1	M2	M3	Total_M
M1	Pearson Correlation	1	,146	,008	,517**
	Sig. (2-tailed)		,108	,927	,000
	N	122	122	122	122
M2	Pearson Correlation	,146	1	,261**	,768**
	Sig. (2-tailed)	,108		,004	,000

	N	122	122	122	122
M3	Pearson Correlation	,008	,261**	1	,663**
	Sig. (2-tailed)	,927	,004		,000
	N	122	122	122	122
Total_M	Pearson Correlation	,517**	,768**	,663**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	122	122	122	122

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel *Purchase Intention*

		Correlations			
		Y1	Y2	Y3	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,299**	,447**	,738**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000
	N	122	122	122	122
Y2	Pearson Correlation	,299**	1	,506**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000
	N	122	122	122	122
Y3	Pearson Correlation	,447**	,506**	1	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	122	122	122	122
Total_Y	Pearson Correlation	,738**	,760**	,847**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	122	122	122	122

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel *Social Media Marketing*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	122	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	122	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,641	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	16,16	4,661	,318	,622
X2	16,31	4,365	,448	,573
X3	16,42	3,700	,412	,582
X4	16,62	3,476	,450	,561
X5	16,56	4,216	,379	,595

Uji Reliabilitas Variabel *Brand Awareness*

Case Processing Summary

	N	%
Cases		
Valid	122	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	122	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,605	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

M1	8,16	1,097	,337	,607
M2	8,81	,749	,549	,284
M3	8,45	,911	,375	,566

Uji Validitas Variabel *Purchase Intention*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	122	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	122	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,685	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	8,01	1,793	,435	,669
Y2	7,95	1,750	,479	,616
Y3	8,16	1,389	,591	,461

Hasil Analisis Regresi Sederhana

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables		Method
	Entered	Removed	
1	Total_X ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Total_M

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,291 ^a	,085	,077	1,262

a. Predictors: (Constant), Total_X

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17,729	1	17,729	11,125	,001 ^b
	Residual	191,230	120	1,594		
	Total	208,959	121			

a. Dependent Variable: Total_M

b. Predictors: (Constant), Total_X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,468	,980		9,664	,000
	Total_X	,158	,047	,291	3,335	,001

a. Dependent Variable: Total_M

Hasil Analisis Regresi Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_M, Total_X ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Total_Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,631 ^a	,399	,389	1,398

a. Predictors: (Constant), Total_M, Total_X

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	154,115	2	77,058	39,443	,000 ^b
	Residual	232,483	119	1,954		
	Total	386,598	121			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_M, Total_X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,045	1,447		,722	,471
	Total_X	,431	,055	,583	7,848	,000
	Total_M	,171	,101	,126	1,691	,093

a. Dependent Variable: Total_Y