

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND IMAGE*, DAN *LIFESTYLE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND AWARENESS*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA TOMORO *COFFEE* NGAWI**

SKRIPSI



OLEH:

IFADAA GUS ANITA MAR'ATUS SHOLIHAH

NIM. 2203102088

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2026

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND IMAGE*, DAN *LIFESTYLE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND AWARENESS*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA TOMORO *COFFEE* NGAWI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu Manajemen

OLEH:

IFADAA GUS ANITA MAR'ATUS SHOLIAH

NIM. 2203102088

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Ifadaa Gus Anita Mar'atus Sholihah telah diperiksa dan disetujui untuk di uji.

Madiun, 30 Juli 2026

Pembimbing I,



Dr. Heny Sidanti, S. E., M. M

NIDN. 0727107503

Madiun, 30 Juli 2026

Pembimbing II,



Ririh Anggraini Setyanety, S. E., M. M

NIDN. 0721048405

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN

Skripsi oleh Ifadaa Gus Anita Mar'atus Sholihah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Kamis 6 Agustus 2026.

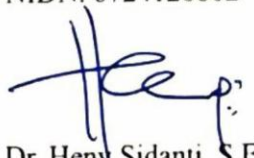
Panitia Penguji


Dr. Apriyanti, S.E., M. M
NIDN. 0704047305

Ketua


Robby Sandhi Dossyarti, S.E., M. M
NIDN. 0724128802

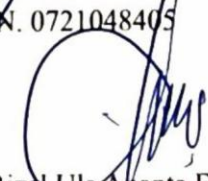
Sekretaris


Dr. Heny Sidanti, S.E., M. M
NIDN. 0727107503

Anggota


Ririh Anggraini Setyahety, S.E., M. M
NIDN. 0721048405

Anggota


Dr. Rizal Ula Ahanta Fauzi, S.E., M. M
NIDN. 0708108702

Anggota

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Madiun



Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M. Si., Ak. C.A.
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Kaprodik Manajemen



Dr. Apriyanti, S.E., M. M
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ifadaa Gus Anita Mar'atus Sholihah

NIM : 2203102088

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri bukan merupakan pengambilalihan tulisan ataupun pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi perbuatan tersebut.

Madiun, 6 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan,



Ifadaa Gus Anita Mar'atus Sholihah

NIM. 2203102088

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

If You Feel Stuck, Move!

PERSEMBAHAN:

Allah SWT atas segala petunjuk, kekuatan, dan kemudahan di setiap langkah
Orang tua saya yang tidak pernah berhenti menyebut nama saya dalam doa
Dan kepada diri saya sendiri, yang memilih bertahan, bangkit dan
menyelesaikan apa yang telah dimulai

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Image*, dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Awareness* sebagai Variabel Mediasi pada *Tomoro Coffee Ngawi*” dengan baik dan tepat waktu. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan, serta do’a dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd., selaku Rektor Universitas PGRI Madiun
2. Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S. E., M. Si., Ak. C.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun
3. Dr. Apriyanti, S. E., M. M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Madiun
4. Dr. Heny Sidanti, S. E., M. M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dengan penuh kesabaran serta memberikan arahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Ririh Anggraini Setyahety, S. E., M. M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dengan penuh kesabaran serta memberikan arahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan pendidikan dan ilmu pengetahuan selama penulis menjadi mahasiswa Universitas PGRI Madiun.
7. Kepada Orang tua terhebat saya serta keluarga besar yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu yang telah memberikan do'a dan *support* sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
8. Seluruh teman-teman seperjuangan kelas B Manajemen angkatan 2022 yang memberikan bantuan dan semangat penulis dalam mengerjakan skripsi ini
9. Seluruh Teman KKN Kelompok 39 yang memberikan *support* dan do'a kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini
10. Terakhir kepada diri saya sendiri terimakasih sudah bertahan walaupun berulang kali jatuh bangun untuk berjuang sampai saat ini

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Madiun, 6 Agustus 2026

Penulis

Ifadaa Gus Anita Mar'atus Sholihah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	27
C. Rumusan Masalah	28
D. Tujuan Penelitian.....	29
E. Kegunaan Penelitian.....	30
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	32
A. Kajian Pustaka.....	32
B. Penelitian Terdahulu.....	41
C. Kerangka Berpikir.....	54
D. Hipotesis Penelitian.....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	74
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	74
B. Jadwal Penelitian.....	75
C. Desain Penelitian.....	75
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	78
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	80

F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	81
G. Teknik Pengumpulan Data	83
H. Instrumen Penelitian.....	84
I. Teknik Analisis Data	85
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	91
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	91
B. Deskripsi Data.....	93
C. Hasil Analisis Data.....	99
D. Pembahasan Hipotesis.....	124
BAB V PENUTUP.....	152
A. KESIMPULAN	152
B. SARAN	155
DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN.....	166
RIWAYAT HIDUP	238

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Proyeksi Produksi, Net Ekspor, dan Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2022-2026.....	2
Tabel 1. 2 Perbandingan <i>Coffee Shop</i> di Ngawi.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	75
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	79
Tabel 3. 3 Skala Likert dan Skor Penilaian	84
Tabel 3. 4 Kategori Rata-Rata Nilai	83
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	94
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	95
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan/Pembeli	97
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial yang Digunakan	96
Tabel 4. 5 Hasil <i>Outer Loading</i> Uji <i>Convergen Validity</i>	101
Tabel 4. 6 Hasil Uji Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	102
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Diskriminan (HTMT)	103
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas (<i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>).....	105
Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolinearitas (Variance Inflation Factor/ VIF).....	107
Tabel 4. 10 Hasil (R-Square).....	108
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Effect Size</i> (F-Square)	109
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i> ($Q^2_{predict}$).....	111
Tabel 4. 13 Hasil Uji Pengaruh Langsung	115
Tabel 4. 14 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proyeksi Volume Produksi, Net Ekspor, dan Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2022-2026.....	2
Gambar 1. 2. <i>Social Media</i> Tomoro <i>Coffee</i> Ngawi, Belikopi, dan Takar	10
Gambar 1. 3. Identitas Visual Tomoro <i>Coffee</i> Ngawi, Belikopi, dan Takar.....	14
Gambar 1. 4. Aktivitas Konsumen Tomoro <i>Coffee</i> Ngawi, Belikopi Ngawi, dan Takar	19
Gambar 2. 1. Kerangka Konseptual	57
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	77
Gambar 4. 1. <i>Outer</i> Model Penelitian	100
Gambar 4. 2. Diagram Jalur (<i>Path Diagram</i>)	114

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	167
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X1).....	175
Lampiran 3 Data Tabulasi Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	185
Lampiran 4 Data Tabulasi Variabel <i>Lifestyle</i> (X3).....	195
Lampiran 5 Data Tabulasi Variabel <i>Brand Awareness</i> (Z).....	205
Lampiran 6 Data Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	215
Lampiran 7 Validasi Daftar Pustaka.....	225
Lampiran 8 Dokumentasi.....	237