

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, PROMOSI DIGITAL, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JASA DESIGN INTERIOR DI ZHAZ *INTERIOR* DAN
*ARCHITECTURE***

***THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, DIGITAL
PROMOTION, AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE
DECISIONS FOR INTERIOR DESIGN SERVICES
AT ZHAZ INTERIOR AND ARCHITECTURE***

Oleh

**MUHAMAD ISKHAQUL ADHA
61201021008820**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK**

2025

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, PROMOSI DIGITAL, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JASA DESIGN INTERIOR DI ZHAZ *INTERIOR* DAN
*ARCHITECTURE***

***THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, DIGITAL
PROMOTION, AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE
DECISIONS FOR INTERIOR DESIGN SERVICES
AT ZHAZ INTERIOR AND ARCHITECTURE***

Oleh :

**MUHAMAD ISKHAQUL ADHA
61201021008820**

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 17 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Mega Indah Editvawati, SE, MM
NIDN/NUPTK: 0418028503

Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si.
NIDN/NUPTK: 704874364413009

Mengetahui,

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S
NIDN/NUPTK: 201706501

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, PROMOSI DIGITAL, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JASA DESIGN INTERIOR DI ZHAZ *INTERIOR* DAN
*ARCHITECTURE***

***THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, DIGITAL
PROMOTION, AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE
DECISIONS FOR INTERIOR DESIGN SERVICES
AT ZHAZ INTERIOR AND ARCHITECTURE***

Oleh :

**MUHAMAD ISKHAQUL ADHA
61201021008820**

SKRIPSI

Telah diujikan pada :

Tempat : Depok

Tanggal : 17 Juli 2025

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Eko Wahyu Widayat, S.Si., SE., MM

NUPTK/NIDN: 0131017804

Maya Andini Kartika , SP,MM

NUPTK/NIDN: 0422068302

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

NUPTK/NIDN: 704874644130093

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Muhamad Iskhaqul Adha

NIM : 61201021008820

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, Promosi Digital, Dan kualitas Layanan Terhadap keputusan Pembelian Jasa Design Interior Di *Zhaz Interior Dan Architecture*

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil Penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 17 Juli 2025

Muhamad Iskhaqu Adha

Nama Lengkap : Muhamad Iskhaqul Adha
NIM : 61201021008820
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, Promosi Digital, Dan kualitas Layanan Terhadap keputusan Pembelian Jasa Design Interior Di Zhaz Interior Dan Architecture

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Brand Awareness, Promosi Digital, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian jasa desain interior pada Zhaz Interior & Architecture. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada persaingan ketat dalam industri desain interior, khususnya bagi perusahaan yang masih merintis. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif, dengan data diperoleh melalui kuesioner kepada 80 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Awareness, Promosi Digital, dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa strategi pemasaran yang tepat dan kualitas layanan konsisten merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan.

Kata kunci: Brand Awareness, Promosi Digital, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Brand Awareness, Digital Promotion, and Service Quality on Purchase Decisions for interior design services at Zhaz Interior & Architecture. The research is motivated by intense competition in the interior design industry, particularly for emerging companies. A quantitative method with a descriptive and verification approach was applied, using data collected from questionnaires distributed to 80 respondents. The findings indicate that Brand Awareness, Digital Promotion, and Service Quality have a positive and significant influence, both partially and simultaneously, on Purchase Decisions. These results emphasize that appropriate marketing strategies and consistent service quality are crucial for enhancing competitiveness and business sustainability in the interior design service market.

Keywords: Brand Awareness, Digital Promotion, Service Quality, Purchase Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini tepat pada waktunya. Sholawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya dihari pembalasan nanti.

Walaupun demikian, penulis berusaha dengan semaksimal mungkin demi kesempurnaan penyusunan proposal penelitian ini. Saran dan kritik yang sifatnya membangun begitu diharapkan oleh penulis demi kesempurnaan dalam penulisan berikutnya.

Penyusunan skripsi penelitian ini disusun guna memenuhi persyaratan sidang skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya.
2. Orangtua serta keluarga besar yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan proposal penelitian ini dengan baik.
3. Bapak Mildy Rifa'i, SE selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
4. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
5. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici yang terus berusaha untuk memajukan Program studi ini.
6. Ibu Mega Indah Ediyawati, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar serta bersedia memimbing dan mengarahkan penulis dari awal kegiatan skripsi hingga selesai menyusun proposal penelitian ini.
7. Rekan - rekan mahasiswa angkatan 2021 yang telah bersama-sama menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan penuh suka cita..

Depok, 17 Juli 2025
Penulis,

Muhamad Iskhaqul Adha
61201021008820

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGUJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
LEMBAR_ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi masalah	6
1.3. batasan masalah	6
1.4. Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan teori.....	9
2.1.1. Manajemen Pemasaran	9
2.1.2. Brand Awareness	10
2.1.3 Promosi Digital	12
2.1.4 Kualitas Layanan.....	16
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Berpikir.....	23
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.2 Jenis dan Metodologi Penelitian	29
3.3 Populasi dan sampel.....	29

3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5 Defenisi Operasional Variabel	32
3.5.1 Variabel Bebas	32
3.5.2 Variabel Terikat	36
3.6 Teknik Analisa Data	39
3.6.1 Skala Dan Angka Penafsiran.....	39
3.6.2. Persamaan Rgresi.....	41
3.6.3. Uji Kualitas Data.....	42
3.6.4. Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.5. Uji Hipotesis.....	46
BAB IV KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN	50
4.2 Karakteristik Responden	51
4.3 Tanggapan Responden	53
4.4 Hasil Uji Kualitas Data	62
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	65
4.6 Hasil Uji Hipotesis	68
4.7 Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pendapatan tahun 2023-2024 Zhaz <i>Interior & Arsitektur</i>	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	28
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	40
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	51
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Variabel <i>Brand awareness</i>	54
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Variabel Promosi digital	56
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Layanan	58
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Variabel Keputusan pembelian	60
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand awareness</i>	62
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi digital.....	63
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	63
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan pembelian.....	64
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolonieritas (<i>Tolerance & VIF</i>).....	67
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Berganda	69
Tabel 4.13. Hasil Uji F (Uji Simultan)	70
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.15. Hasil Uji t (Uji Parsial)	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	66
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	68

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	80
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian.....	84
Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian.....	85
Lampiran 4. Output SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas)	86
Lampiran 5. Output SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis)	93
Lampiran 6. Kartu Bimbingan	97
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup	98
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup	99