

**PENGARUH INSTAGRAM DAN GO-FOOD PADA *BRAND*  
*AWARENESS* PRODUK KULINER “GILA GILA NASI GILA”  
DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**



**ADITYA DWI HADISUSANTO**

**1171921008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**

**2019**

**PENGARUH INSTAGRAM DAN GO-FOOD PADA *BRAND*  
*AWARENESS* PRODUK KULINER “GILA GILA NASI GILA”  
DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana  
manajemen**



**ADITYA DWI HADISUSANTO**

**1171921008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Aditya Dwi Hadisusanto**

**NIM : 1171921008**

**Tanda Tangan :**

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Aditya Dwi Hadisusanto', written over a light blue horizontal line.

**Tanggal : 22 Agustus 2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aditya Dwi Hadisusanto

NIM : 1171921008


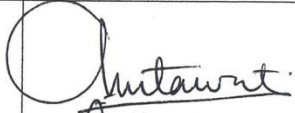
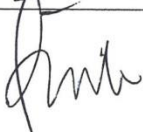
Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Instagram dan Go-Food pada *Brand Awareness*  
Produk Kuliner “Gila Gila Nasi Gila” di Jakarta Selatan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

<b>Pembimbing</b>	<b>Holila Hatta., S.Pd., M.M.</b>	
<b>Penguji I</b>	<b>Ir. M.Th Anitawati., M.S., M.Sc</b>	
<b>Penguji II</b>	<b>Dr.Ir. BP. Kusumo Bintoro, MBA</b>	

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 22 Agustus 2019

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan rasa syukur sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penelitian ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie. Saya menyadari tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, mustahil bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena ini, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Didit Hadiriyanto, Ibu Susan Setiatie, Bunda Lyana Indrarini, Eyang Soelasmiatry Supardan S.pd, Ninik Jenny, dan seluruh keluarga besar penulis. Terima kasih atas segala bentuk dukungan moral, mental, materi, dan doa yang selalu diberikan kepada penulis,
2. Aries Pratomo Hadisusanto, Muhammad Indarobby, Radityo Susilo, Sigit Adrian Pambudi, Puji Hanafih, Agus selaku rekan usaha dan tim dari Gila Gila Nasi Gila,
3. Ibu Holila Hatta, S.Pd., MM selaku dosen pembimbing selama penulis membuat skripsi ini,
4. Ibu Ir. M.Th Anitawati., M.S., M.Sc. dan Bapak Dr. Bp. Kusumo Bintoro selaku penguji skripsi ini,
5. Alwin Hernawan Buhron, Samugraha Ditya Kusuma, Rega Dhaniandra Putra, Reynard Eztrada Bokslag, Muhamad Rizky Primanda, Muhammad Reza Hilmawan, Rio Tantomu, Haikal Baharsha, Dimas Indra Karmuko, dan Albert Wijaya selaku sahabat yang selalu mendukung penulis dalam hal apapun,
6. Rizky Vira Rosadi beserta keluarga, terimakasih atas seluruh dukungan dan doa dari awal penulis memulai perkuliahan sampai dapat menyelesaikan penelitian ini,
7. Seluruh keluarga Kief dan Konsumma selaku wadah penulis dalam menyalurkan minat musik,
8. Keluarga besar Nurmayasari *Catering* atas segala bimbingan dalam menjalankan usaha kuliner,
9. Bapak, Ibu dosen, dan segenap staff program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie,

10. Seluruh teman-teman angkatan 9 kelas karyawan program studi Manajemen Universitas Bakrie.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT akan membalas seluruh kebaikan dan dukungan dari semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu bagi setiap orang yang membacanya.

Jakarta, 22 Agustus 2019

Penulis,

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aditya Dwi Hadisusanto

NIM : 1171921008

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Instagram dan Go-Food Pada *Brand Awareness* Produk Kuliner Gila Gila Nasi Gila di Jakarta Selatan”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 22 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



Aditya Dwi Hadisusanto

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui apakah Instagram berpengaruh terhadap *brand awareness* dari produk kuliner Gila Gila Nasi Gila (2) Mengetahui apakah Go-Food berpengaruh terhadap *brand awareness* dari produk kuliner Gila Gila Nasi Gila. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Orang-orang di Jakarta yang memiliki aplikasi Instagram dan Go-Food, Pembeli Gila Gila Nasi Gila yang menggunakan aplikasi Instagram dan Go-Food, dan *Food Blogger* di Jakarta yang menggunakan aplikasi Instagram dan Go-Food. Jumlah sampel yakni 100 responden dengan menggunakan teknik sampling yaitu probability sampling dengan metode *simple random sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert, lebih lanjut penelitian ini menggunakan analisis regresi linier yang didukung dengan program spss. Hasil penelitian menyatakan bahwa: (1) Instagram berpengaruh terhadap *brand awareness* produk kuliner Gila Gila Nasi Gila. (2) Go-Food berpengaruh terhadap *brand awareness* produk kuliner Gila Gila Nasi Gila (3) Instagram dan Go-Food secara bersamaan berpengaruh terhadap *brand awareness* produk kuliner Gila Gila Nasi Gila.

**Kata Kunci:** Instagram, Go-Food, *Brand Awareness*.



## ABSTRACT

This research focuses on: (1) The impact of Instagram, as an application, towards the brand awareness of Gila Gila Nasi Gila's culinary products (2) The impact of Go-Food towards the brand awareness of Gila Gila Nasi Gila's culinary products. This research has used the individuals in Jakarta as its sample, in conjunction to their activities on both Instagram and Go-Food, including; owns personal account, the current customers and consumers — who are active on both apps, as well as food bloggers — who are well connected online through the applications. 100 respondents are taken as this research's sample population and used probability sampling technique, with simple random sampling method. Furthermore, the data is gathered using questionnaire, in which measured with Likert Scale, and is progressed to use linear regression analysis, supported with SPSS program. The results are (1) Instagram has impacted the brand awareness of Gila Gila Nasi Gila's culinary products. (2) Go-Food has also impacted the brand awareness of Gila Gila Nasi Gila's culinary products. (3) Instagram and Go-Food have both impacted the brand awareness of Gila Gila Nasi Gila's culinary products.

**Keywords: Instagram, Go-Food, Brand Awareness**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Landasan Teori .....	6
2.1.1 Media Sosial .....	6
2.1.2 Brand Awareness .....	7
2.2 Penelitian Terdahulu .....	11
2.3 Kerangka Konseptual .....	12
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	12
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	14
3.1 Jenis Penelitian .....	14
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	14
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	14
3.3.1 Definisi Operasional Variabel .....	14
3.3.2 Skala Pengukuran Variabel .....	15
3.4 Populasi dan Sampel .....	18

3.5	Jenis dan Sumber Data .....	18
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	19
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>24</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	24
4.1.1	Sejarah Singkat Gila Gila .....	24
4.1.2	Visi dan Misi Gila Gila .....	25
4.1.3	Struktur Organisasi Gila Gila .....	25
4.2	Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas .....	26
4.2.1	Uji Validitas .....	26
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	28
4.3	Hasil Penelitian .....	29
4.3.1	Karakteristik Responden .....	29
4.4	Statistik Deskriptif .....	31
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	32
4.5.1	Uji Normalitas .....	32
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas .....	33
4.5.3	Uji Multikolinearitas .....	34
4.5.4	Analisis Regresi Berganda .....	35
4.6	Pengujian Hipotesis .....	36
4.6.1	Uji t .....	36
4.6.2	Uji F .....	38
4.6.3	Koefisien Determinasi .....	39
4.7	Pembahasan .....	39
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>41</b>
5.1	Kesimpulan .....	41
5.2	Saran .....	42
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan .....	42
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Sebelumnya .....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>44</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>45</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1	Indikator Pernyataan Variabel Bebas .....	16
Tabel 3.2	Indikator Pernyataan Variabel Terikat .....	17
Tabel 4.1	Uji Validitas Kuesioner Instagram .....	27
Tabel 4.2	Uji Validitas Kuesioner Go-Food .....	27
Tabel 4.3	Uji Validitas Kuisisioner Brand Awaremess .....	27
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas .....	28
Tabel 4.5	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
Tabel 4.6	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	29
Tabel 4.7	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	29
Tabel 4.8	Karakteristik Berdasarkan Berdasarkan Pekerjaan .....	30
Tabel 4.9	Karakteristik Berdasarkan Income .....	30
Tabel 4.10	Karakteristik Berdasarkan Home Location .....	31
Tabel 4.11	Karakteristik Berdasarkan Work Location .....	31
Tabel 4.12	Statistik Deskriptif .....	32
Tabel 4.13	Uji Kolmogorov-Smirnov .....	33
Tabel 4.14	Uji Multikolinearitas .....	35
Tabel 4.15	Uji Regresi Berganda .....	35
Tabel 4.16	Uji t .....	36
Tabel 4.17	Uji F .....	38
Tabel 4.18	Koefisien Determinasi .....	39

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Gila Gila .....	25
Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	34

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian .....	45
Lampiran 2.	Hasil Uji Validitas .....	50
Lampiran 3.	Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Lampiran 4.	Hasil Uji Karakteristik Responden .....	51
Lampiran 5.	Hasil Statistik Deskriptif .....	53
Lampiran 6.	Hasil Uji Normalitas .....	53
Lampiran 7.	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	54
Lampiran 8.	Hasil Uji Multikolinearitas .....	54
Lampiran 9.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	55
Lampiran 10.	Hasil Uji T .....	55
Lampiran 11.	Hasil Uji F .....	55
Lampiran 12.	Hasil Koefisien Determinasi .....	56

