

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN KESADARAN SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOAL (SDG'S) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS KONSUMEN PADA USAHA KULINER SALAD BUAH BEESABUY)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Nadia Puspita Wahyu Trisna

201910160311579

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FALKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

SKRIPSI

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN KESADARAN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDG'S) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Konsumen pada Usaha Kuliner Salad Buah Beesabuy)

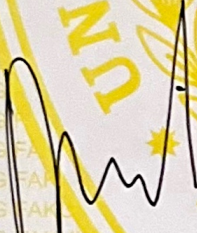
Oleh :


Nadia Puspita Wahyu Trisna
201910160311579

Diterima dan disetujui
pada tanggal 30 November 2024

Pembimbing I,


Pembimbing II,


Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.


Novi Puji Lestari, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN KESADARAN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDG'S) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Konsumen pada Usaha Kuliner Salad Buah Beesabuy)

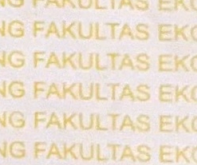
Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Nadia Puspita Wahyu Trisna
NIM : 201910160311579
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 30 November 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:


Pembimbing I : Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.
Pembimbing II : Novi Puji Lestari, S.E., M.M.
Penguji I : Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.
Penguji II : Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.


1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,




Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Nadia Puspita Wahyu Trisna
NIM : 201910160311579
Program studi : S1 MANAJEMEN
Surel : nadiatrisna4@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 05 Februari 2025

nyataan,

Nadia Puspita Wahyu Trisna

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN KESADARAN SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOAL (SDG'S) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN : STUDI
KASUS KONSUMEN PADA USAHA KULINER SALAD BUAH BEESABUY**

Nadia Puspita Wahyu Trisna, Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Novi Puji Lestari Program Studi
Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

Email : nadiatrisna4@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam mempromosikan kesadaran Sustainable Development Goals (SDG's) dan dampaknya terhadap keputusan pembelian konsumen di usaha kuliner salad buah Beesabuy. Dengan meningkatnya perhatian masyarakat terhadap isu keberlanjutan, media sosial menjadi platform yang efektif untuk menyampaikan informasi tentang praktik bisnis yang ramah lingkungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan total sampel sebanyak 60 konsumen salad buah bee sabuy dengan menyebarkan kuesioner. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap Keputusan pembelian, kesadaran SDG's berpengaruh terhadap Keputusan pembelian dan media sosial dan kesadaran SDG's berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Kata Kunci : Media Sosial, Kesadaran SDG's, Keputusan pembelian

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN KESADARAN SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOAL (SDG'S) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN : STUDI
KASUS KONSUMEN PADA USAHA KULINER SALAD BUAH BEESABUY**

Nadia Puspita Wahyu Trisna, Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Novi Puji Lestari Program Studi
Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

Email : nadiatrisna4@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of social media in promoting Sustainable Development Goals (SDG's) awareness and its impact on consumer purchasing decisions at the Beesabuy fruit salad culinary business. With increasing public attention to sustainability issues, social media is an effective platform for conveying information about environmentally friendly business practices. This study uses a quantitative approach, the sample technique used is purposive sampling with a total sample of 60 consumers of bee sabuy fruit salad by distributing questionnaires. The analytical tool used in this research is multiple regression analysis. This study shows that social media affects purchasing decisions, SDG's awareness affects purchasing decisions and social media and SDG's awareness affect purchasing decisions.

Keywords: Social Media, SDG's Awareness, Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul ***“Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Kesadaran Sustainable Development Goal (SDG’S) Terhadap Keputusan Pembelian : Studi Kasus Konsumen Pada Usaha Kuliner Salad Buah Beesabuy”*** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat Sarjana di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan dorongan yang tiada henti akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Sebagai ungkapan rasa syukur dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Prof. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.
5. Dicky Wisnu Usdek Riyanto., Phd selaku Dosen Pembimbing I yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Novi Puji Lestari, S,E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua penulis Ayahanda Nanang Edi Darmaji dan Ibunda Yatin Selyawati orang hebat yang selalu menjadi penyemangat sandaran terkuat dalam mengerjakan skripsi, memberikan doa yang luar biasa dan selalu mencurahkan kasih

sayang dengan penuh cinta. Terimakasih selalu berjuang dalam kehidupan penulis, berkat doa, dukungan dan motivasi sehingga penulis mampu berada dititik ini.

8. Terimakasih kepada saudara kandung Salsa dan Atha atas segala doa, usaha, motivasi dan support yang telah diberikan kepada penulis.
9. Terimakasih kepada diri saya sendiri Nadia sudah bertahan sejauh ini, berusaha selalu mampu menguatkan dan meyakinkan tanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi, tidak menyerah apapun rintangan dan mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada.
10. Terimakasih kepada Septya, Mona, Bibi, Mutiara telah menjadi sosok dari perjalanan mengerjakan skripsi, menemani dalam keadaan suka maupun duka, selalu mampu mendengarkan keluh kesah, berkontribusi dalam penulisan skripsi baik tenaga, waktu, kasih sayang, dan materi.
11. Terimakasih kepada Kekasih Rijal Arsyada yang selalu memberikan semangat, motivasi, doa, dan juga turut hadir dalam segala perjalanan penulis dalam suka dan duka.
12. Terimakasih kepada sahabat baik saya Anjuni, Pristi, Esa, Nina, Akhrisna, Ayu, Nadya terimakasih sudah mendengarkan segala cerita, tawa, tangis, penulis selama diperjalanan ini.
13. Terimakasih kepada teman dekat dan kerabat yang tidak bisa disebutkan satupersatu yang telah mendoakan dan memberikan dorongan.

Malang, 08 Februari 2025

Nadia Puspita Wahyu Trisna

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pikir.....	27
D. Hipotesis.....	28
BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel.....	31
D. Jenis dan Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Definisi Operasional Variabel	33

G. Teknik Pengukuran Data.....	34
H. Metode Analisis Data.....	35
BAB IV.....	42
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	42
B. Uji Asumsi Klasik	44
C. Analisis Deskriptif	47
D. Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
E. Uji Determinasi	55
F. Uji Hipotesis T-test	55
G. Uji Hipotesis F-Test	57
H. Pembahasan.....	58
BAB V	61
KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	65
DAFTAR LAMPIRAN.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian.....	28
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	44
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas.....	46



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4. 2 Hasil Uji reliabilitas.....	43
Tabel 4. 3 Hasil Kolmogrov-Smirnov.....	45
Tabel 4. 4 Uji Multikolineritas.....	45
Tabel 4. 5 Penilaian Variabel.....	47
Tabel 4. 6 Rentang Skala Variabel Media Sosial.....	48
Tabel 4. 7 Rentang Skala Variabel Kesadaran SDG's.....	50
Tabel 4. 8 Rentang Skala Variabel Keputusan pembelian.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4. 10 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis T-test Variabel Media Sosial.....	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis T-test Variabel Kesadaran SDG's.....	56
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis F-Test Variabel Media Sosial & Kesadaran SDG's.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 2 Data Tabulasi	70
Lampiran 3 Uji Instrumen	76
Lampiran 4 Uji Normalitas, Uji Multikolineritas, Uji Heteroskedastisitas	79
Lampiran 5 Uji Linier Berganda dan Uji Koefisien Determinasi	81



DAFTAR PUSTAKA

- Adhawiyah, Y. R., Anshori, M. I., & Fathor, A. S. (2019). Peran Pemasaran Media Sosial Dalam Menciptakan Keputusan pembelian Melalui Kesadaran Merek (Studi pada Instagram Clothing Line Bangjo). *Tirtayasa ekonomika*, 14(2), 267-281.
- ANGGRAENI, G. C., Herutomo, C. H., & Nuryanti, N. (2021). Pengaruh Kampanye Lingkungan Terhadap Kesadaran Mengurangi Penggunaan Plastik Pada Followers Instagram. *JOMIK: Jurnal Online Mahasiswa Ilmu Komunikasi (ISSN 2797-1023)*, 1, 77-87.
- Astuti, I. P., & Anggresta, V. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan pembelian Pada Shopee Food Di Jakarta Selatan. *Jurnal USAHA*, 3(2), 29- 35.
- Fadli, A., & Sazali, H. (2023). Peran Media Sosial Instagram @GREENPEACEID Sebagai Media Kampanye dalam Menjaga Lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(2), 209-222.
- Franco-Riquelme, J. N., & Rubalcaba, L. (2021). Innovation and sdfs through social media analysis: Messages from fintech firms. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 165
- Herdiyani, S., Barkah, C. S. A., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan media sosial dalam mengembangkan suatu bisnis: Literature review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103-121.
- Huda, I. U. H., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. D. (2024). Pengaruh content marketing dan lifestyle terhadap keputusan pembelian pada usaha kecil menengah di media sosial. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 69-81.
- Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, 120- 129.
- Khairunnisa, Q. A., & Salma, A. N. (2022). Pengaruh Kampanye “Love Avoskin Love Earth” Di Media Sosial Terhadap Environmental Awareness Generasi Z. *eProceedings of Management*, 9(4). Kualitatif Dan R&D. Intro (Pdfdrive).Pdf. In Bandung Alf (P. 143).

- Leonita, E., & Jalinus, N. (2018). Peran media sosial dalam upaya promosi kesehatan: Tinjauan literatur. *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi*, 18(2), 25-34.
- Moser, A. K. (2016). Consumers' purchasing decisions regarding environmentally friendly products: An empirical analysis of German consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 389–397.
- Niinimäki, K., & Hassi, L. (2011). Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing. *Journal of Cleaner Production*, 19(16), 1876–1883.
- Pratama, Y. (2019). Analisa Penentu Keputusan pembelian Konsumen Analisa Penentu Keputusan pembelian Konsumen Terhadap Produk Online (Pada Masyarakat Jabodetabek) Produk Online (Pada Masyarakat Jabodetabek). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 25.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2011). Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.
- Sulasih, L. I., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Analisis Kesadaran Industri Fashion dalam Upaya Meningkatkan Sustainable Development Goals (SDGs) melalui Produksi dan Konsumsi Sustainable Fashion Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Youth & Islamic Economic Journal*, 3(02), 1-18
- Sprout Social. (2020). Social Media Activism in 2020: New Insights for Brands. *SPROUT SOCIAL*
- Statista. (2021). Gen Z food consumption in the U.S. - statistics & facts. *STATISTA*
- White, K., Habib, R., & Hardisty, D. J. (2019). How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework. *Journal of Marketing*, 83(3), 22–49.



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 11/25/2024

Kode : 2479673998
Nama : Nadia Puspita Wahyu Trisna
NIM : 201910160311579
Prodi : Manajemen
Judul : Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Kesadaran Sustainable Development Goals (SDG'S) Terhadap Keputusan Pembelian : Studi Kasus Konsumen Pada Usaha Kuliner Salad Buah Beesabuy
Presentase Plagiasi : 7%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 11/25/2024

Kode : 2479673998
Nama : Nadia Puspita Wahyu Trisna
NIM : 201910160311579
Prodi : Manajemen
Presentasi Plagiasi : 7%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M