

SKRIPSI

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND*
***IMAGE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**
***BRAND FORTIS* DI KOTA MAKASSAR**



Oleh:

Ainun Jariah H.

NIM: 02220220185

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA

MAKASSAR

2026

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
BRAND FORTIS DI KOTA MAKASSAR**



Oleh:

Ainun Jariah H.

NIM: 02220220185

Program Studi Manajemen

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muslim Indonesia

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR**

2026

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

JUDUL : PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN *BRAND FORTIS* DI KOTA
MAKASSAR

NAMA MAHASISWA : AINUN JARIAH H.

NIM : 02220220185

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

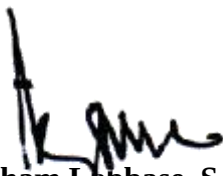
JURUSAN/PRODI : MANAJEMEN

KONSENTRASI : PEMASARAN

MENYETUJUI :

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Ilham Libbase, S.E., M.Si.

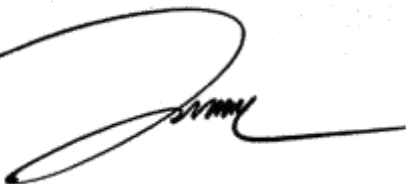


Andi Faisal Bahari, S.E., M.M

Mengetahui,

Dekan

Ketua Jurusan/Prodi



Dr. H. Muhammad Syafie A. Basalamah SE., MM.



Prof. Dr. Imaduddin, ST., M.M

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

1Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen *Brand Fortis* Di Kota Makassar

Nama Mahasiswa : Ainun Jariah H.

Nomor Stambuk : 02220220185

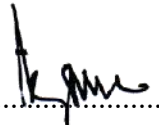
Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Dasar Penetapan Pembimbing :

Disahkan Oleh :

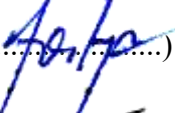
Dr. Ilham Labbase, S.E.,M.Si.

Ketua (.....)

Andi Faisal Bahari, S.E.,M.M.

Anggota (.....)

Dr. Aditya Halim Perdana K., S.E.,M.M.

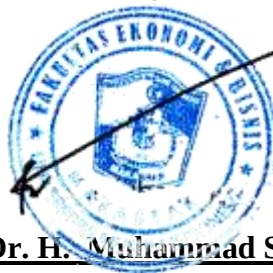
Anggota (.....)

Munawir Nasir, S.E.,M.M.

Anggota (.....)

Mengetahui :

Dekan



Dr. H. Muhammad Syafie A. Basalamah S.E., M.M

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ainun Jariah H.

Stb. : 022200220185

Jurusan / Program Studi : Pemasaran/ S1

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul :

“Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Brand Fortis Di Kota Makassar.” Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Makassar, 02 Februari 2026

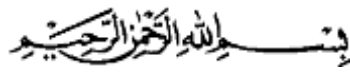
Yang membuat pernyataan



10000
METRAL
TEMPEL
769DAANX342226265

AINUN JARIAH H.

KATA PENGANTAR



Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Brand Fortis Di Kota Makassar”. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.

Shalawat serta salam tak lupa pula selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman nanti.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak kekurangan, tantangan, hambatan yang dihadapi, baik dalam tahap pengumpulan data, pengolahan data, maupun penyusunan laporan penelitian. Namun, berkat doa, bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, seluruh rangkaian proses tersebut dapat dilalui dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Masrurah Mokhtar, MA selaku Ketua Yayasan Wakaf Universitas Muslim Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Hambali Thalib, S.H.,M.H., selaku Rektor Universitas Muslim Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Syaf’I Basalamah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.

4. Bapak Prof. Dr. Imaduddin, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Bapak Dr. Ilham Labbase, S.E.,M.Si. selaku Pembimbing 1 dan Bapak Andi Faisal Bahari, S.E.,M.M selaku Pembimbing 2, penulis telah menerima banyak bantuan, bimbingan, arahan, dan saran, serta waktu selama proses penyusunan hingga penyelesaian penelitian ini.
6. Bapak Dr. Aditya Halim Perdana K., S.E.,M.M selaku dosen Penilai 1, dan bapak Munawir Nasir, S.E.,M.M. selaku dosen penilai 2 yang telah memberikan banyak saran dan masukan demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Ibu Fyrdha Faradyba Hamzah, S.E., M.M yang senantiasa membantu, membimbing, dan dukungan kepada penulis serta teman teman kelas C14 Pasar Modal Syariah.
8. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
9. Kedua orang tua penulis Ayahanda Abdul Halim dan Pintu Surgaku ibunda Marlina. Dua orang yang sangat berjasa dalam hidup saya. Terima kasih atas doa yang tak pernah berhenti mengalir, kasih sayang, pengorbanan, materi, yang sangat tulus yang diberikan. Terima kasih untuk setiap tetes keringat dalam setiap pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberikan yang terbaik kepada penulis, mengusahakan segala kebutuhan penulis, mendidik, membimbing, memberikan dukungan, motivasi dan selalu memastikan kebutuhan anak – anaknya tercukupi. Walaupun beliau tidak pernah merasakan pendidikan hingga bangku perkuliahan tetapi beliau

selalu mengusahakan agar anak – anaknya untuk menempuh pendidikan setinggi mungkin. Beliau selalu memastikan anaknya baik – baik saja, tidur dan makan yang teratur dan tercukupi. Penulis yakin bahwa doa – doa beliau lah yang menuntun penulis untuk melewati masa sulit penyusunan skripsi ini. Mungkin kata “Terima Kasih” belum cukup dan tak akan pernah cukup untuk membalas budi kalian selama ini, Semoga Allah membalas segala kebaikan, cinta, lelah kalian, dengan kesehatan yang berkepanjangan, rezeki yang tak pernah putus, dan kebahagiaan yang tak terbatas. Tetaplah hidup lebih lama, karena bapak dan bunda harus ada disetiap perjuangan dan pencapaian hidup penulis.

10. Kepada adik – adik tercinta Nadia Maharani, Muhammad Raihan Zada Pasha, Mizyan Rafay Abdillah, Hanifah Humairah, Nilna Sofiatul Jannah, dan Muhammad Zainul Hasan. Terima kasih karena telah menjadi penyemangat, dan penghibur jika pulang ke “rumah”. Walaupun kalian sering membuat penulis kesal dengan menanyakan hal random, bercerita hal yang tidak jelas dan tidak masuk akal, tetapi penulis sayang kepada kalian. Terima kasih untuk selalu mengajarkan hal – hal yang tak terduga yang tidak pernah terpikirkan oleh diri penulis. Jadilah anak yang baik dimana dan kapanpun itu.

11. Kepada kakek, nenek, tante, om, dan keluarga penulis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan, motivasi, semangat yang selalu diberikan kepada penulis. Hiduplah lebih lama.

12. Kepada Fiveourites ku Alya, Pingkan, Hafizah, dan Aisyah. Terima kasih sudah menjadi sahabat penulis dari waktu memasuki dunia pesantren hingga sekarang. Yang dulunya dari bangun tidur hingga tidur lagi, hanya wajah – wajah mereka lah yang penulis lihat. Literally setiap hari bersama, makan satu piring berlima, hingga tidurpun di kasur yang sama dengan keadaan sempit – sempitan. Walaupun kita sudah jarang berkumpul karena kesibukan masing – masing dan ada yang berkuliah diluar kota. Tetapi jika kumpul, kalian tak pernah berubah, Masih sama dengan yang dulu. Terima kasih sudah mewarnai dunia SMA penulis, tanpa kalian mungkin akan terasa hampa. Semoga kita semua menang di kehidupan masing – masing.
13. Kepada anteba ku tersayang Ariska, Wanda, Aiska, Alya, Jihan, Audina, Epel, Nada, Sarah, Listo, dan Zalza. Terima kasih sudah mewarnai kehidupan after SMA hingga sekarang. Tak pernah terpikirkan oleh penulis jika kita bisa bersahabat dan akrab hingga sekarang. Persahabatan yang selalu saling menguatkan, bercerita random, bercerita tentang cinta masing – masing yang begitu saja alurnya. Terima kasih karena sudah menjadi tempat bercerita, keluh kesah, yang selalu siap membantu dimana dan kapanpun itu. Terima kasih juga sudah menjadi partner dalam segala hal, selalu mau dan bisa diajak untuk pergi healing ataupun liburan, dan yang selalu mau di repoti oleh temannya. Semoga kita semua selalu diberi kesehatan dan rezeki agar kita bisa mengeksplore dan mengunjungi tempat – tempat yang kita mau. Tanpa doa, dukungan, dan semangat yang kalian berikan dunia perantauan tidak ada apa apanya.

14. Kepada nekes – nekes ku tersayang Dwi, Yurni, Nailah, Nana, Fani, Fina, Rini, Mega, Husnul, dan Zarah. Sahabat – sahabat seperjuangan penulis dari hari pertama memasuki dunia perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih karena sudah saling mendukung, menguatkan, mengingatkan, memotivasi, dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas canda, tawa, air mata, marah, yang telah kita lewati bersama. Senang rasanya bertemu dengan kalian. Tanpa kalian masa – masa perkuliahan akan sangat flat, ataupun membosankan. Tanpa kalian pun, skripsi ini tidak akan selesai. Panjang umur pertemanan. Semoga Allah balas kebaikan kalian dengan karir di dunia dan akhirat yang baik.
15. Kepada group Andai Adys, Gading, Daffa. Terima kasih karena telah menjadi teman maupun sahabat yang tiba – tiba kemunculannya entah dari mana. Terima kasih sudah sempat mewarnai, membuat penulis senang dengan segala tingkah laku kelucuan kalian. Terima kasih atas semangat dan dukungan yang telah kalian berikan kepada penulis.
16. kepada seseorang yang sempat menemani dan pernah hadir dalam hidup penulis, Fachrul Rozi Ramdhan. Terima kasih telah menjadi salah satu bagian dalam perjalanan perkuliahan penulis. Terima kasih sudah menyayangi, mendoakan, menjadi pendengar, memberikan dukungan, effort, waktu dan segala usaha yang sudah diberikan kepada penulis. Terima kasih juga sudah menjadi tempat “pulang” dan berkeluh kesah bagi penulis jika merasa lelah dan capek. Terima kasih sudah selalu sabar dalam

menghadapi sikap dan sifat penulis. Hiduplah dengan baik dan lebih bahagia.

17. Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung, memotivasi, membantu penulis yang tidak dapat saya sebutkan satu – persatu. Terima kasih atas semuanya yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.

Sebagai penulis, saya menyadari bahwa penyusunan karya ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran saya harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga Allah SWT memberikan balasan kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Aamiin Yaa Rabbal Aalaamiin.

Makassar, 6 Maret 2026

Penulis

ABSTRAK

Ainun Jariah H. 02220220185. **Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen *Brand Fortis* Di Kota Makassar.**
Dibimbing oleh Ilham Labbase dan Andi Faisal Bahari.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Konsumen *Brand Fortis* di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah konsumen *Brand Fortis* di Kota Makassar yang pernah melihat promosi melalui media sosial. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 108 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert 1–5. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, serta analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai signifikansi $< 0,05$ dan merupakan variabel yang paling dominan. *Brand Image* juga berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin efektif aktivitas pemasaran melalui media sosial serta semakin positif citra merek yang dibangun, maka semakin tinggi minat beli konsumen terhadap produk Brand Fortis. Dengan demikian, *Social Media Marketing* dan *Brand Image* memiliki peran strategis dalam meningkatkan minat beli konsumen di Kota Makassar.

Kata kunci: *Social Media Marketing, Brand Image, Minat Beli Konsumen.*

ABSTRACT

Ainun Jariah H. 02220220185. The Influence Of Social Media Marketing And Brand Image On Consumers' Purchase Intention Toward Brand Fortis In Makassar City. Guided by Ilham Labbase and Andi Faisal Bahari.

This study aims to analyze the effect of Social Media Marketing and Brand Image on Purchase Intention of Brand Fortis consumers in Makassar City. This research employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of Brand Fortis consumers in Makassar who had seen promotional activities through social media. The sampling technique used purposive sampling with a total of 108 respondents. Data were collected through questionnaires using a 5-point Likert scale. The data were analyzed using validity and reliability tests, descriptive analysis, and multiple linear regression analysis with SPSS software.

The results indicate that Social Media Marketing has a positive and significant effect on purchase intention with a significance value of < 0.05 and is the most dominant variable. Brand Image also has a positive and significant effect on purchase intention with a significance value of < 0.05 . These findings suggest that more effective social media marketing activities and a stronger positive brand

image will increase consumers' purchase intention toward Brand Fortis products. Therefore, Social Media Marketing and Brand Image play a strategic role in enhancing consumer purchase intention in Makassar City.

Keywords: *Social Media Marketing, Brand Image, Purchase Intention.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Teori	8
B. Kerangka Konseptual Penelitian	39
C. Hipotesis.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44
A. Pendekatan Penelitian	44
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	44
C. Jenis dan Sumber Data	44
D. Teknik Pengumpulan Data	46
E. Populasi dan Sampel.....	47
F. Metode Analisis Data	49
G. Definisi Operasional dan Pengukurannya	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	55
B. Hasil Penelitian	61
C. Uji Hipotesis	72
D. Pembahasan.....	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80
A. Simpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 2 Definisi Operasional.....	54
Tabel 3 Responden berdasarkan jenis kelamin	58
Tabel 4 Responden berdasarkan usia	59
Tabel 5 Responden berdasarkan domisili.....	59
Tabel 6 Responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	60
Tabel 7 Responden berdasarkan pekerjaan	60
Tabel 8 Uji Validitas	61
Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 10 Analisis Statistik Deskriptif.....	62
Tabel 11 Distribusi Jawaban Responden.....	64
Tabel 12 Distribusi Jawaban Responden.....	65
Tabel 13 Distribusi Jawaban Responden.....	66
Tabel 14 Uji Multikolinieritas	70
Tabel 15 Analisis Linier Berganda	71
Tabel 16 Uji T	73
Tabel 17 Uji F.....	73
Tabel 18 Uji Koefisien Determinan	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	42
Gambar 2 Logo Fortis	57
Gambar 3 Hasil Uji Normalitas Dengan Histogram	68
Gambar 4 Uji Normalitas	69
Gambar 5 Hasil Uji Heteroskedasitas	70