



**PENGARUH *NAMING RIGHTS SPONSORSHIP, USER-GENERATED
CONTENT* TERHADAP *PURCHASE DECISION* KOPI TUKU MELALUI
*BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

AHMAD SYAUGI 2210111149

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2026**



**PENGARUH *NAMING RIGHTS SPONSORSHIP, USER-GENERATED
CONTENT* TERHADAP *PURCHASE DECISION* KOPI TUKU MELALUI
*BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

AHMAD SYAUGI 2210111149

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ahmad Syaugi
NIM : 2210111149

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 17 April 2026

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ahmad Syaugi'.

Ahmad Syaugi

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Syaugi
NIM : 2210111149
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

***Pengaruh Naming Rights Sponsorship dan User-Generated Content
terhadap Purchase Decision Kopi TUKU melalui Brand Awareness***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi 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 : 24 Juli 2026
Yang menyatakan,



(Ahmad Syaugi)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH NAMING RIGHTS SPONSORSHIP DAN USER-
GENERATED CONTENT TERHADAP PURCHASE DECISION KOPI
TUKU MELALUI BRAND AWARENESS**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

AHMAD SYAUGI 2210111149

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 7 Mei 2026
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

**Dr. Maria Assumpta W, S.S., MBA., CWM.
Ketua Penguji**

**Ajeng Septiana Wulansari, S.E., MBA.
Penguji I**

**Dienni Rujatini Sholihah, S.E., MM.
Penguji II**



**Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan**

**Siti Hidayati, SE., M.M.
Koordinator Program Studi**

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 7 Mei 2026

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2025/2026

Hari ini Kamis , tanggal 07 Mei 2026, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Ahmad Syaugi**

No.Pokok Mahasiswa : **2210111149**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

From MRT Branding to Consumer Buying: How Much Does a Name Influence Taste?

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus***)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Ketua	1.
2	Ajeng Septiana Wulansari, SE.,MBA	Anggota I	2.
3	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 07 Mei 2026
Mengesahkan
A.n DEKAN
Kaprodik. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Naming Rights Sponsorship* dan *User-Generated Content* terhadap *Purchase Decision* Kopi TUKU melalui *Brand Awareness*.” Dengan ini, Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang sudah terlibat dalam penyusunan usulan penelitian ini. Pihak tersebut di antaranya:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, SE., MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. dan Pak Dr. Zackharia Rialmi, S.I.P., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen.
4. Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta waktu dalam penyusunan penelitian ini.
5. Ibu Sri Mulyantini, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik terbaik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, serta wawasan yang sangat berharga selama perkuliahan.
7. Mama, Ayah, abang, kakak beserta keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan secara moral dan material.
8. Pianissa, Putri dan Anggia yang telah kebersamai proses penyusunan skripsi sejak awal skripsi skema publikasi.
9. Teman-teman terdekat Nando, Jiu, Ghifari, Astrid, Deara, Ilham, Rara, Divo, Sevia, Danny, Bismillah Surga, Mie Aceh, HC Intern Patria, HC Intern ASSA yang telah memberikan dukungan dan semangat selama proses perkuliahan ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 17 Januari 2026



Ahmad Syaugi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	14
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	15
2.1.4 Perilaku Konsumen	16
2.1.5 <i>Purchase Decision</i>	18
2.1.6 <i>Naming Rights Sponsorship</i>	20
2.1.7 <i>User-Generated Content</i>	22

2.1.8 <i>Brand Awareness</i>	24
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	26
2.3 Model Penelitian Empiris	43
2.3.1 <i>Naming Rights Sponsorship Terhadap Purchase Decision</i>	44
2.3.2 <i>User-Generated Content Terhadap Purchase Decision</i>	44
2.3.3 <i>Brand Awareness Terhadap Purchase Decision</i>	45
2.3.4 <i>Naming Rights Sponsorship Terhadap Purchase Decision melalui Brand Awareness</i>	46
2.3.5 <i>User-Generated Content Terhadap Purchase Decision melalui Brand Awareness</i>	46
2.4 Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	49
3.1.1 Definisi Operasional.....	49
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	50
3.2 Populasi dan Sampel	51
3.2.1 Populasi.....	51
3.2.2 Sampel.....	51
3.3 Teknik Pengumpulan Data	53
3.3.1 Jenis Data	53
3.3.2 Sumber Data.....	53
3.3.3 Pengumpulan Data	54
3.4 Teknik Analisis Data.....	56
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	56
3.4.2 Analisis Statistik Inferensial	58
3.4.3 Uji Validitas	62

3.4.4 Uji Reliabilitas	63
3.4.5 Uji <i>R-Square</i> (Koefisien Determinasi).....	64
3.4.6 Uji <i>Q-Square</i> (<i>Predictive Relevance</i>).....	64
3.4.7 Uji Hipotesis	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	70
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	72
4.2.1 Deskripsi Data Responden	72
4.3 Analisis Hasil Data dan Hipotesis.....	76
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	76
4.3.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	81
4.3.3 Analisis Statistik Inferensial	82
4.3.4 Uji Reliabilitas	86
4.3.5 Model Stuktural (<i>Inner Model</i>)	87
4.3.5 Uji Hipotesis	89
4.3.6 Uji <i>Variance Accounted For</i> (VAF)	94
4.4 Pembahasan.....	96
4.4.1 Pengaruh <i>Naming Rights Sponsorship</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	96
4.4.2 Pengaruh <i>User-Generated Content</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	97
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	99
4.4.4 Pengaruh <i>Naming Rights Sponsorship</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> Melalui <i>Brand Awareness</i>	100
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Simpulan	104
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	105
5.3 Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA	108
RIWAYAT HIDUP	114
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Opini Pelanggan Terkait Kopi TUKU pada Platform Tiktok	5
Tabel 2. Ulasan Pelanggan Terkiat Kopi TUKU pada Platform Google Review...	6
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya Penelitian Terkait dengan <i>Purchase Decision</i>	39
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	50
Tabel 5. Persentase Pembagian Sampel Menurut Waktu Penggunaan Transportasi MRT	53
Tabel 6. Penilaian Skala <i>Likert</i>	55
Tabel 7. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	55
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks	58
Tabel 9. Uji Validitas	63
Tabel 10. Tingkat Reliabilitas	63
Tabel 11. Uji <i>R-Square</i>	64
Tabel 12. Uji <i>Q-Square</i>	64
Tabel 13. Interpretasi Nilai Indeks	77
Tabel 14. Indeks <i>Purchase Decision</i>	77
Tabel 15. Indeks <i>Naming Rights Sponsorship</i>	78
Tabel 16. Indeks <i>User-Generated Content</i>	79
Tabel 17. Indeks <i>Brand Awareness</i>	80
Tabel 18. Nilai <i>Outer Loading</i>	83
Tabel 19. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	84
Tabel 20. Nilai <i>Cross Loading</i>	84
Tabel 21. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	86
Tabel 22. Nilai Uji <i>R-Square</i>	88
Tabel 23. Nilai Uji <i>Q-Square</i>	88
Tabel 24. Nilai Uji Hipotesis	89
Tabel 25. <i>Indirect Effect</i>	91
Tabel 26. Hasil Perhitungan VAF	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Nilai Tambah IMK Terbesar Tahun 2023.....	2
Gambar 2. Negara Produksi Kopi Tebesar di Dunia Tahun 2025	3
Gambar 3. Top Brand Index Kedai Kopi Tahun 2026.....	3
Gambar 4. Konten Promosi Kopi TUKU pada Platform TikTok	5
Gambar 5. Model Penelitian	47
Gambar 6. Tahapan Analisis Data PLS	59
Gambar 7. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	60
Gambar 8. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	60
Gambar 9. Diagram Jalur (<i>Path Diagram</i>)	61
Gambar 10. Logo Kopi TUKU	70
Gambar 11. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	73
Gambar 12. Jumlah Responden Berdasarkan Domisili.....	74
Gambar 13. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
Gambar 14. Jumlah Responden Berdasarkan Waktu Aktivitas dalam Menggunakan Transportasi MRT	76
Gambar 15. Hasil <i>Outer Model</i>	82
Gambar 16. Hasil <i>Inner Model</i>	87

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabel Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Tabel Data Deskriptif
- Lampiran 4. Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 5. Hasil Data Penelitian
- Lampiran 6. Tabel Distribusi Df
- Lampiran 7. Kartu Monitoring
- Lampiran 8. Hasil Turnitin