

**PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
(Studi Kasus: Toko Roti Sari Utama)**

Skripsi



Disusun oleh

**Falih Amaruddin
22SB11A060**

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS BISNIS DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM PURWOKERTO
PURWOKERTO
2026**

**PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
(Studi Kasus: Toko Roti Sari Utama)**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1
pada Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial



Disusun oleh

Falih Amaruddin

22SB11A060

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS BISNIS DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM PURWOKERTO
PURWOKERTO
2026**

PERSETUJUAN

Skripsi

PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* (Studi Kasus: Toko Roti Sari Utama)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Falih Amaruddin

22SB11A060

telah disetujui oleh dosen pembimbing Skripsi
Pada tanggal 27 Juni 2026

Dosen Pembimbing 1,

Dosen Pembimbing 2,

Yusvida Munsa Idah, S.E., M.M.
NIDN. 0613037502

Anisa Nur Andina, S.E., M.Si.
NIDN. 0603089001

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S.Bns.)
Tanggal 15 Juli 2026

Mengetahui,

Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial
Dekan,

Kaprodi Bisnis Digital

Dr. Yusmedi Nurfaizal, S.E., M.M.
NIK. 2012.09.1.007

Dr. Arief Adhy Kurniawan, S.E., M.Si.
NIK. 2022.10.1.039

PENGESAHAN

Skripsi

**PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
(Studi Kasus: Toko Roti Sari Utama)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Falih Amaruddin

22SB11A060

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 15 Juli 2026

Zanuar Rifai, S.Kom., M.MSI.
NIDN. 0606018904

Eka Tripustikasari, S.E., M.Si.
NIDN. 0608028602

Yusyida Munsa Idah, S.E., M.M.
NIDN. 0613037502

Skripsi ini telah disahkan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S.Bns.)
Tanggal 15 Juli 2026

Mengetahui,

Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial
Dekan

Dr. Yusmedi Nurfaizal, S.E., M.M.
NIK. 2012.09.1.007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Falih Amaruddin
NIM : 22SB11A060
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial
Perguruan Tinggi : Universitas Amikom Purwokerto

Menyatakan bahwa Skripsi Sebagai Berikut:

Judul Skripsi : Pemanfaatan *Digital Marketing* Sebagai Media
Promosi Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*
(Studi Kasus: Toko Roti Sari Utama)
Dosen Pembimbing 1 : Yusyida Munsa Idah, S.E., M.M.
Dosen Pembimbing 2 : Anisa Nur Andina, S.E., M.Si.

Adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** dibuat orang lain, kecuali yang diacu dalam daftar pustaka pada Skripsi ini.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila ini di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan penjiplakan karya orang lain, maka saya bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK**.

Purwokerto, 27 Juni 2026

Yang menyatakan,

Bermaterai 10000

Falih Amaruddin
NIM. 22SB11A060

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan penuh rasa syukur, karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah tercinta, atas doa dan dukungan yang tiada henti.
2. Kakak tercinta, yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Purwokerto atas ilmu, bimbingan, dan arahan yang telah diberikan.
4. Sahabat dan teman-teman yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, dukungan, serta menemani setiap proses hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5)

“Jika kau tersesat dan tidak ada jalan, maka buatlah jalanmu sendiri”

(Zoro X Luffy)

“Ketika dunia ternyata jahat kepadamu, maka kamu harus menghadapinya.

Karena tidak seorangpun yang akan menyelamatkanmu

Jika kamu tidak berusaha.”

(Roronoa Zoro Eps: 376)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkah, karunia, dan rahmat-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pemanfaatan *Digital Marketing* Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus: Toko Roti Sari Utama). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Bisnis pada program studi Bisnis Digital, Universitas Amikom Purwokerto. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun, demikian penyelesaian skripsi dapat terwujud dari doa, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sebagai bentuk rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Berlilana, M.Kom., M.Si., selaku Rektor Universitas Amikom Purwokerto yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama penulis menempuh pendidikan.
2. Dr. Yusmedi Nurfaizal, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial yang telah memberikan dukungan akademik selama proses perkuliahan.
3. Dr. Arief Adhy Kurniawan, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital.
4. Yussyida Munsa Idah, S.E., M.M., selaku pembimbing skripsi 1 yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan arahan dan masukan selama proses penyusunan skripsi.

5. Anisa Nur Andina, S.E., M.Si., selaku pembimbing skripsi 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh dosen program studi Bisnis Digital yang telah memberikan ilmu-ilmu selama penulis mengemban pendidikan di Universitas Amikom Purwokerto.
7. Kepada kedua orang tua yang selalu mendukung dan mengusahakan setiap mimpi-mimpi penulis.
8. Serta sahabat dan teman-teman khususnya kelas BD22B yang selalu membantu dan memberi motivasi untuk penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya yang tertarik dengan topik *digital marketing* dan *brand awareness*.

Purwokerto, 27 Juni 2026

Penulis