

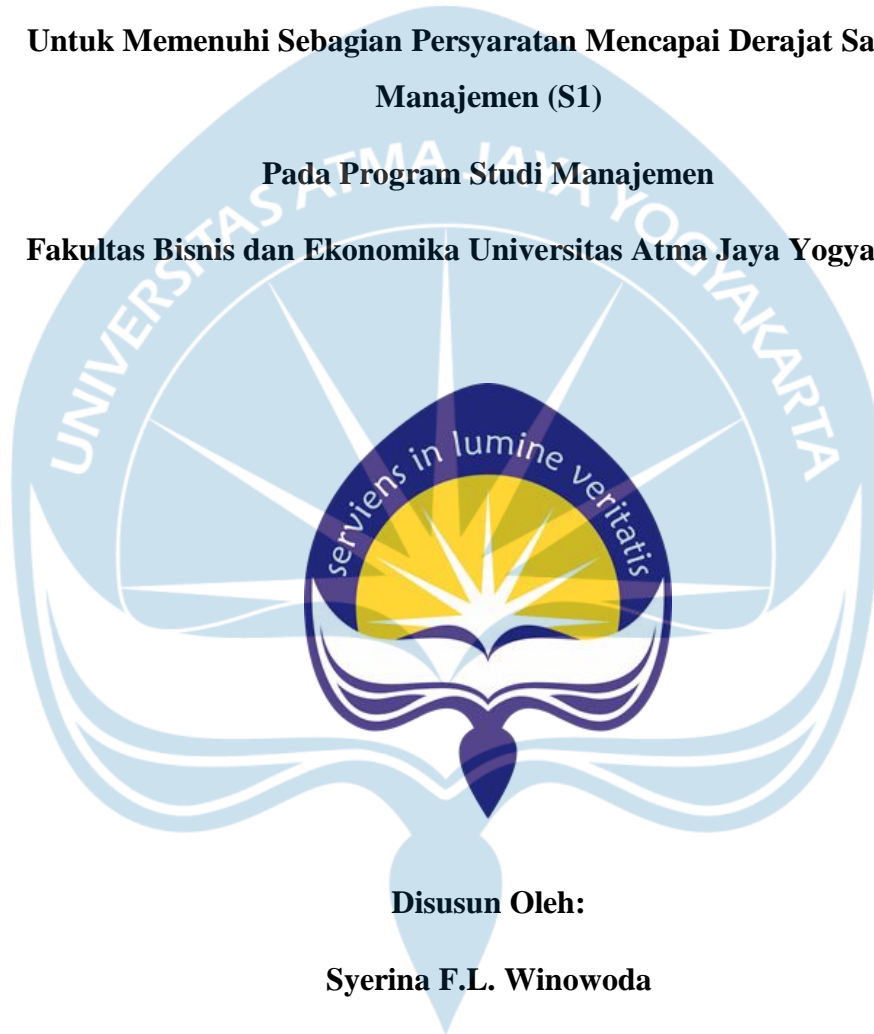
**PENGARUH *TRANSPORTATION* MELALUI EMOSI POSITIF
TERHADAP *SELF-BRAND CONNECTION* DENGAN *TELEPRESENCE*
SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA SEPATU COMPASS**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Syerina F.L. Winowoda

NPM: 160322552

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMAJAYA

2021

SKRIPSI

**PENGARUH *TRANSPORTATION* MELALUI EMOSI EMOSI POSITIF
TERHADAP *SELF-BRAND CONNECTION* DENGAN *TELEPRESENCE*
SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA SEPATU COMPASS**

Disusun Oleh:

Syerina F.L. Winowoda

NPM: 160322552

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

Februari 2021



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 328/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 5 Maret 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|--|-----------------|
| 1. Mahestu N. Krisjantyi, SE., M.Sc.IB., Ph.D. | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota) |
| 3. Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Syerina Frienchies Lady Winowoda

NPM : 160322552

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sungguh menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH *TRANSPORTATION* MELALUI EMOSI EMOSI POSITIF
TERHADAP *SELF-BRAND CONNECTION* DENGAN *TELEPRESENCE*
SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA SEPATU COMPASS**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Bitung, 16 Februari 2021

Yang menyatakan



Syerina F.L. Winowoda

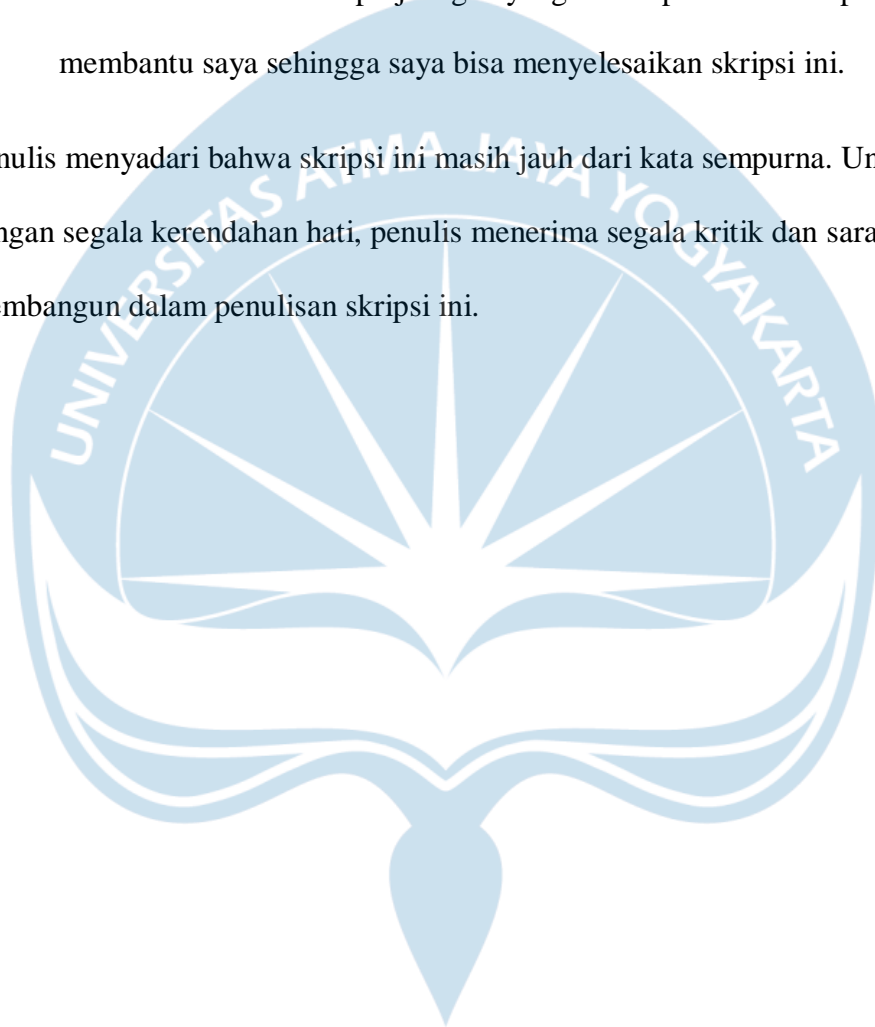
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala baik. Dalam penulisan skripsi ini pun tak lepas dari dukungan oleh berbagai pihak yang membantu penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberkati dan memberikan kekuatan terhadap penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya dan keluarga saya yang selalu memberikan dukungan dalam segala hal untuk saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc. IB, Ph.D. selaku pembimbing skripsi yang telah membantu penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Kepada seluruh responden yang sudah bersedia untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
5. Borni Daniel Oktadi yang sudah memberikan semangat, membantu, dan selalu bersama saya dalam penulisan skripsi ini.
6. Sahabat saya, Joshua, Kharisma, Christian, Gio, Aldo, Glen, Acha, Feren, Isnain, Ichal, Adrian, Regina, Ingrid, Silvia yang sudah membantu, memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Sahabat seperjuangan dalam perkuliahan saya Mega, Iky, Ruth, Icha, Noni, Indah yang memberikan banyak bantuan semenjak masa awal perkuliahan sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua teman-teman seperjuangan yang dalam penulisan skripsi ini ikut membantu saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi ini.



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
INTISARI.....	1
BAB I.....	3
PENDAHULUAN.....	3
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>Transportation</i>	14
2.1.2 Emosi Positif	15
2.1.3 <i>Self-brand connection</i>	17
2.1.4 <i>Telepresence</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
Penelitian Terdahulu	20
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.4 Model Penelitian	25
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Obyek, Tempat, dan Waktu Penelitian.....	27
3.2 Populasi, Sampel, dan Metode Pengambilan Sampel	27
3.3 Metode Pengumpulan Data	28
3.4 Metode Pengukuran Data	29
3.5 Metode Pengujian Instrumen.....	29

3.5.1 Uji Validitas.....	29
3.5.2 Uji Reliabilitas	32
3.5.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	33
3.5.6 Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.5.7 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	35
3.5.6 Moderated Regression Analysis (MRA)	35
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Analisis Karakteristik Demografis.....	38
4.2 Analisis Deskriptif	40
4.3 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (<i>Transportation dan Emosi Positif</i>).....	41
4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (<i>Transportation, Emosi Positif, Self-brand Connection</i>).....	42
4.5 Hasil Analisis Jalur.....	43
4.6 Hasil Analisis Regresi Moderasi (MRA)	46
Hasil Analisis Regresi Moderasi Sebelum Dimasukan Variabel Moderator	46
Hasil Analisis Regresi Moderasi Setelah Dimasukan Variabel Moderator	46
4.7 Pembahasan	47
4.7.1 Pengaruh <i>Transportation</i> terhadap Emosi Positif.....	47
4.7.2 Pengaruh <i>Transportation</i> melalui Emosi Positif terhadap <i>Self-brand Connection</i>	48
4.7.3 Pengaruh dari <i>Transportation</i> pada Emosi Positif dengan <i>Telepresence</i> sebagai variabel pemoderasi	49
BAB V.....	50
PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Implikasi Manajerial	51
5.3 Kelemahan Penelitian.....	52
5.4 Saran Penelitian.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uji Validitas.....	30
Tabel 3.2 Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.1 Hasil Analisis Karakteristik Deskriptif Responden	38
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif	40
Tabel 4.3 Hasil Analisis Regresi Sederhana	41
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	42
Tabel 4.5 Hasil Analisis Jalur	43
Tabel 4.6 Hasil Komposisi Jalur	44
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Moderasi Sebelum Dimasukan Variabel Moderator.....	46
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Moderasi Setelah Dimasukan Variabel Moderator.....	46

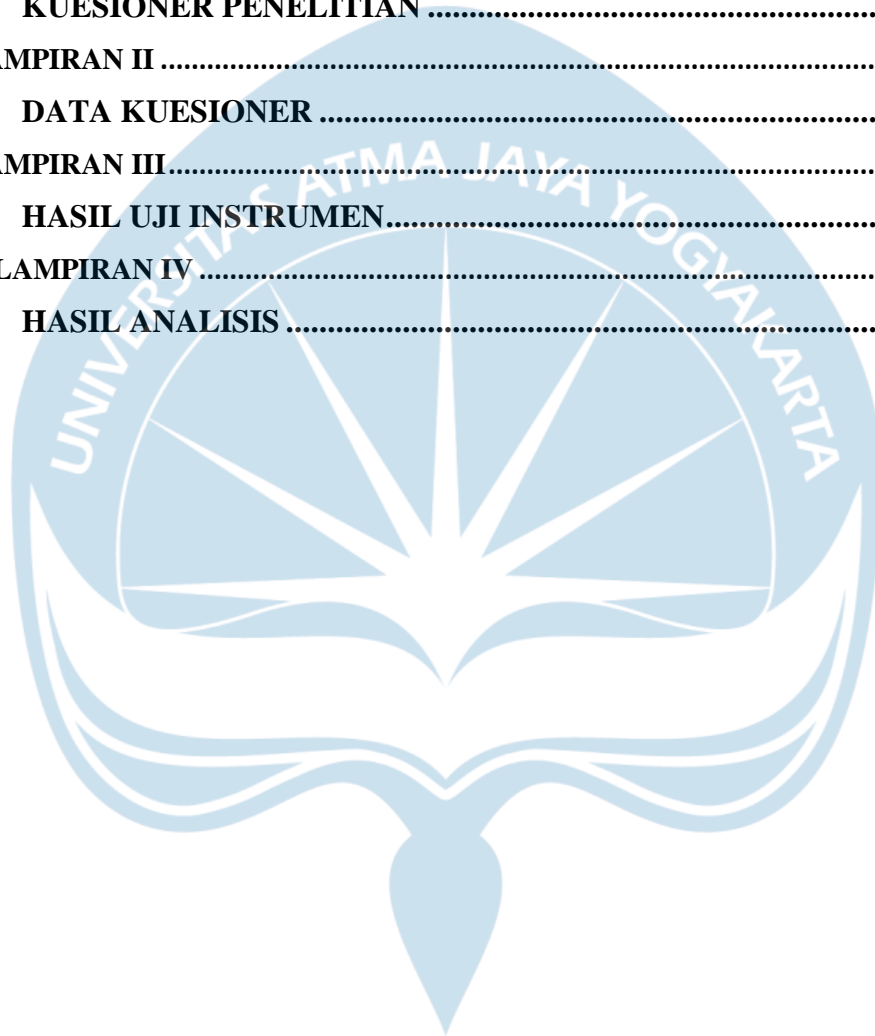
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2020	5
Gambar 1.2 Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan	6
Gambar 1.3 Penggunaan Instagram di Indonesia Tahun 2020	6



DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN	60
LAMPIRAN I.....	60
KUESIONER PENELITIAN	60
LAMPIRAN II	64
DATA KUESIONER	64
LAMPIRAN III.....	68
HASIL UJI INSTRUMEN.....	68
LAMPIRAN IV	76
HASIL ANALISIS	76





INTISARI

PENGARUH *TRANSPORTATION* MELALUI EMOSI POSITIF TERHADAP *SELF-BRAND CONNECTION* DENGAN *TELEPRESENCE* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA SEPATU COMPASS

Syerina F.L. Winowoda

160322552

Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.sc. IB, Ph.D.

Abstrak

Transportation menghasilkan emosi positif karena membuat seseorang melarikan diri dari realitas duniawi mereka dan terlibat dalam dunia naratif. *Self-brand connection* bermula saat terjadinya kecocokan antara individu dengan merek yang sesuai dengan individu tersebut. *Telepresence* adalah sebuah teknologi yang memfasilitasi pengguna merasa terangkut ke dalam sebuah *platform* media sosial. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh dari *transportation* pada unggahan foto Sepatu Compass memberikan emosi positif kepada konsumen dan menghasilkan *self-brand connection* antara konsumen dan Sepatu Compass.

Kemudian melihat apakah keterlibatan konsumen ke dalam *platform* media sosial (*telepresence*) meningkatkan efek *transportation* pada sebuah foto. Penelitian ini dilakukan dengan menargetkan orang-orang yang memiliki akun sosial media Instagram, mengetahui Sepatu Compass, dan yang pernah membeli Sepatu Compass. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi sederhana, metode regresi berganda, analisis jalur, *moderated analysis regression* (MRA). Adapun temuan dalam penelitian ini: (1) *Transportation* berpengaruh secara signifikan terhadap emosi positif (2)

Transportation melalui emosi positif berpengaruh secara signifikan terhadap *self-brand connection* (3) Efek moderasi dari *telepresence* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *transportation* dan emosi positif.

