

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
ERIGO TERHADAP NIAT BELI DENGAN KUALITAS HUBUNGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Goldy Gibran

NPM: 180324284

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2022

Skripsi

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL ERIGO
TERHADAP NIAT BELI DENGAN KUALITAS HUBUNGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**



Disusun oleh:

Goldy Gibran

NPM: 180324284

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pemimbing:



Agnes Gracia Quita, SE., M.Sc.

15 Juli 2022



SURAT KETERANGAN

No. 861/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Senin, 1 Agustus 2022 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|--|-----------------|
| 1. Mahestu N.Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D | (Ketua Penguji) |
| 2. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. | (Anggota) |
| 3. Agnes Gracia Quita, SE., M.Sc. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Goldy Gibran

NPM : 180324284

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

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

Dekan

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

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

Alamat

Kampus III Gedung Bonaventura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

URL

<https://fbe.uajy.ac.id>

Kontak

Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127
Fax : +62-274-485227
Surel : fbe@uajy.ac.id



PERNYATAAN

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

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL ERIGO
TERHADAP NIAT BELI DENGAN KUALITAS HUBUNGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian 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.

Yogyakarta, 15 Juli 2022

Yang menyatakan,



Goldy Gibran

KATA PENGANTAR

Rasa syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah mengizinkan penulis untuk menuangkan semua ilmu pengetahuan penulis ke dalam skripsi ini. Penulis sangat bersyukur atas segala berkat, rangkulan, penyertaan, dan Kasih-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL ERIGO TERHADAP NIAT BELI DENGAN KUALITAS HUBUNGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”** ini.

Terdapat berbagai macam kesulitan dan kendala dalam proses penyusunan skripsi ini, namun karena dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Berkat hal tersebut, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis sangat berterima kasih kepada beberapa pihak yang berperan dalam proses pembuatan skripsi ini. Rasa terima kasih penulis diperuntukkan kepada:

1. Ibu Agnes Gracia Quita, SE., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang dengan sangat baik hati meluangkan waktu untuk membimbing dan memberi semangat dari awal proses penyusunan skripsi hingga akhir, sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak dan Ibu yang selalu memberi semangat dan dorongan kepada penulis untuk terus mengerjakan skripsi dengan telaten supaya dapat terselesaikan dengan baik.

3. Kakak yang juga ikut mendampingi dalam penyusunan skripsi dan membagi pengalaman-pengalaman yang dapat menjadi panduan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Lia yang selalu menemani, menyemangati, membantu, dan berbagi ilmu untuk penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Teman-teman yang sering mengunjungi rumah penulis untuk menghibur penulis saat sedang lelah pada proses penyelesaian skripsi.

Terdapat banyak kendala selama proses penyusunan skripsi ini. Apabila terdapat kekurangan atau hal-hal yang kurang berkenan, penulis menerima kritik dan saran. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 15 Juli 2022

Penulis,




Goldy Gibran

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Lingkup Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Aktivitas Pemasaran Media Sosial	9
2.2 Kualitas Hubungan.....	11
2.3 Niat beli.....	13
2.4 Penelitian Terdahulu	15
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	17
2.5.1 Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Kualitas Hubungan	17
2.5.2 Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Niat beli.....	17
2.5.3 Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Niat Beli.....	18
2.5.4 Efek Mediasi Kualitas Hubungan antara Aktivitas Pemasaran Media Sosial dengan Kualitas Hubungan.....	19
2.6 Kerangka Penelitian	20
BAB 3	21
METODE PENELITIAN.....	21

3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.3 Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	22
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	23
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.7 <i>Face Validity</i>	25
3.8 Sampel Penelitian.....	26
3.9 Definisi Operasional.....	27
3.10 Metode Pengujian Penelitian.....	29
3.10.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	29
3.10.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	31
3.10.3 Uji Hipotesis.....	32
3.10.4 Uji Mediasi.....	32
BAB 4.....	34
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Pengantar.....	34
4.2 Analisis Profil Responden.....	34
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	35
4.3 Analisis SEM-PLS.....	36
4.4 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	37
4.4.1 Uji <i>Convergent Validity</i>	38
4.4.2 Uji <i>Discriminant Validity</i>	40
4.4.3 Uji <i>Composite Reliability</i>	42
4.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	43
4.6 Pengujian Hipotesis.....	43
4.6.1 Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Kualitas Hubungan.....	45
4.6.2 Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Niat beli.....	45
4.6.3 Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Niat Beli.....	46



4.7 Uji Mediasi.....	46
4.7.1 Kualitas Hubungan Memediasi Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Niat Beli.....	47
4.8 Pembahasan Hipotesis	48
4.8.1 Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Kualitas Hubungan	48
4.8.2 Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Niat Beli	49
4.8.3 Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Niat Beli.....	49
4.9 Pembahasan Pengaruh Mediasi.....	49
4.9.1 Kualitas hubungan memediasi hubungan Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Niat Beli	49
BAB V	51
PENUTUP.....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Implikasi Manajerial	52
5.3 Keterbatasan Penelitian	53
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	64

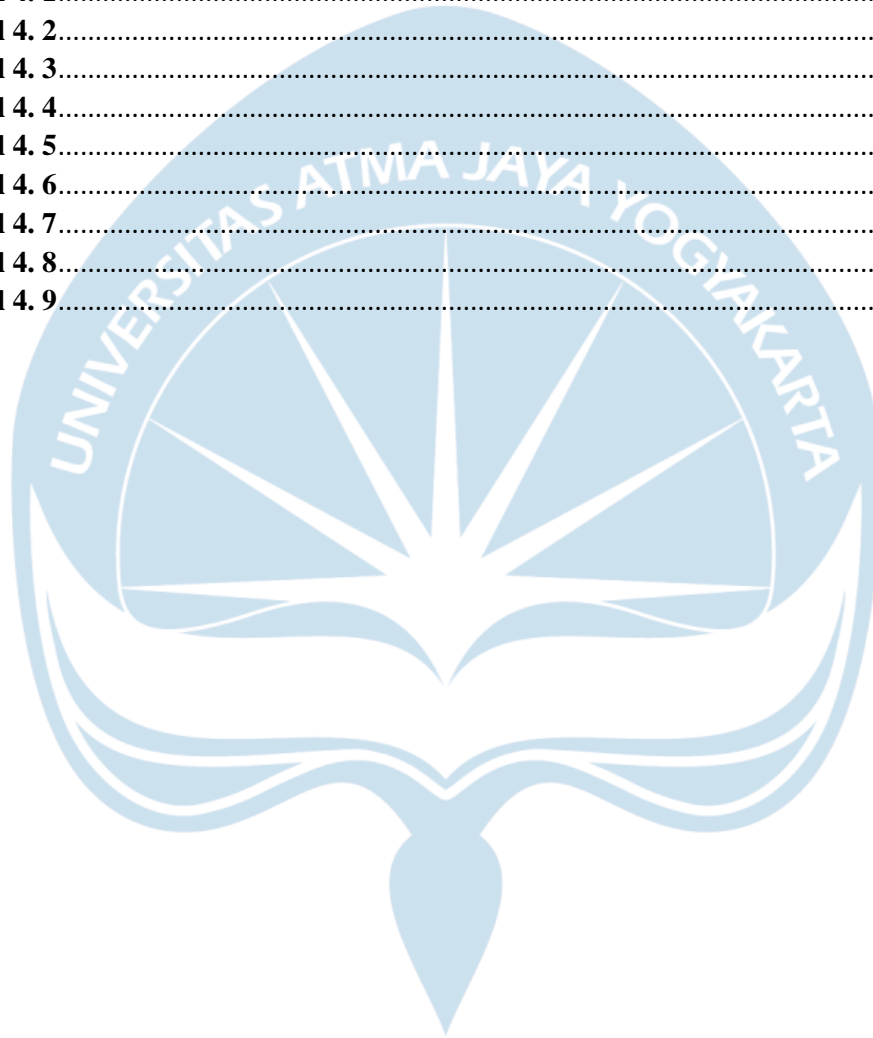
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	20
Gambar 3. 1	33
Gambar 4. 1	37
Gambar 4. 2	38
Gambar 4. 3	44
Gambar 4. 4	47



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1.....	15
Tabel 3. 1.....	25
Tabel 3. 2.....	27
Tabel 4. 1.....	35
Tabel 4. 2.....	35
Tabel 4. 3.....	38
Tabel 4. 4.....	40
Tabel 4. 5.....	40
Tabel 4. 6.....	42
Tabel 4. 7.....	43
Tabel 4. 8.....	44
Tabel 4. 9.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	64
Lampiran 2	67
Lampiran 3	84



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis serta menguji pengaruh dari aktivitas pemasaran Instagram Erigo terhadap kualitas hubungan dan niat beli. Data dari penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan GoogleForms secara daring. Pengujian model dalam penelitian ini menggunakan *partial least square path modeling* (PLS-SEM), dengan aplikasi perangkat lunak SmartPLS 3.3.9. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran media sosial Instagram Erigo memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan. aktivitas pemasaran media sosial Instagram Erigo memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Kualitas hubungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Kualitas hubungan memediasi hubungan antara aktivitas pemasaran media sosial Instagram Erigo dan niat beli.

Kata kunci: Aktivitas pemasaran media sosial, Kualitas Hubungan, Niat Beli.