

**PENGARUH AKTIVITAS, INTERAKTIVITAS, DAN KONTEN MEDIA  
SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SCARLETT  
WHITENING PADA *PLATFORM* SHOPEE**

**Skripsi**

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

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Chabelita M Wuwumbene**

**NPM: 19 03 25001**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

# HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING  
PENGARUH AKTIVITAS, INTERAKTIVITAS, DAN KONTEN MEDIA  
SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SCARLETT  
WHITENING PADA *PLATFORM* SHOPEE



Disusun oleh :

**Chabelita M Wuwumbene**

**NPM : 19 03 25001**

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Pamawa Putranta', is written over the name of the supervisor.

**M. Pamawa Putranta. MBA., Ph.D.**

Yogyakarta, *29/01 2024*.....

# HALAMAN PENGESAHAN

## HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

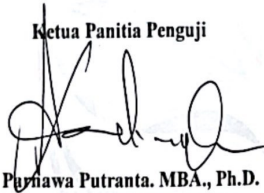
### PENGARUH AKTIVITAS, INTERAKTIVITAS DAN KONTEN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SCARLETT WHITENING PADA *PLATFORM SHOPEE*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:  
Chabelita M Wuwumbene  
NPM : 19 03 25001

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 5 Januari 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu  
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen  
(SI) Program Studi Manajemen

#### SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



M. Purnawa Putranta. MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Drs. C. Jarot Priyogutomo. MBA



Th. Diah Widiastuti, SE., M.SI

Yogyakarta, 5 Januari 2024  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## PERNYATAAN

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

**PENGARUH AKTIVITAS, INTERAKTIVITAS DAN KONTEN MEDIA**

**SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SCARLETT**

**WHITENING PADA *PLATFORM* SHOPEE**

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam penelitian ini dalam catatan perut/catatan kaki dan daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi Sebagian atau seluruh skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta,

Yang menyatakan



Chabelita M Wuwumbene

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Aktivitas, Interaktivitas, dan Konten Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Scarlett Whitening Pada *Platform* Shopee”. Penulisan skripsi ini merupakan syarat yang harus ditempuh untuk dapat menyelesaikan program strata satu (S1).

Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berperan penting dalam proses penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Tuhan Yesus Kristus yang pengasih dan penyayang atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis bisa tetap berjuang dalam menyelesaikan tanggung jawab.
2. Papa dan Mama, Adik Lady, Oma Tince, yang selalu memberikan dukungan, doa, perhatian, semangat, dan pengorbanan bagi penulis.
3. Bapak M. Parnawa Putranta. MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas perhatian dan kesabaran bapak dalam menghadapi pribadi penulis.
4. Segenap Dosen serta karyawan/staf Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan

pelayanan selama penulis kuliah di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

5. Terima kasih Jekli Walewangko sebagai pasangan hidup saya yang selalu memberikan semangat, menemani dan meluangkan waktu untuk saya sepanjang perkuliahan sampai saya dapat menyelesaikan skripsi.
6. Gabriela, Angline, Dhea, Jesclianata, Erina, Tessa, Praya, yang telah menjadi sahabat seperantauan serta mewarnai keseharian penulis selama dibangku perkuliahan. Tanpa kalian, kehidupan perkuliahan penulis akan terasa berat dan begitu hambar.
7. Kepada teman-teman seangkatan 2019, terima kasih atas kebersamaan, kenangan dan pelajaran berharga yang telah kita lalui selama ini.
8. Semua orang-orang terdekat saya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, bantuan anda sungguh berarti untuk saya.

Penulis menyadari peran Tuhan Yang Maha Esa yang luar biasa yang selalu menyertai dan memberikan berkat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini walaupun skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya.

Yogyakarta, 2 November 2023

Yang menyatakan,



Chabelita M Wuwumbene

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO:

“Sambil berpegang pada firman kehidupan, agar aku tidak dapat bermegah pada hari Kristus, bahwa aku tidak percuma berlomba dan tidak percuma bersusah-susah. Tetapi sekalipun darahku dicurahkan pada korban dan ibadah imanmu, aku bersukacita dan aku bersukacita dengan kamu sekalian.”

Filipi 2:16-17

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan:

Pertama, untuk diri saya sendiri yang telah bertahan dan berjuang hingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini.

Kedua, untuk kedua orang tua Bapak Charles Wuwumbene dan Ibu Meilan Roboth yang telah memberikan doa dan dukungan kepada saya.

Ketiga, untuk adik saya Lady Chelsea Wuwumbene terimakasih sudah menjadi adik yang selalu memberikan saya dukungan dan semangat dalam hal apapun.

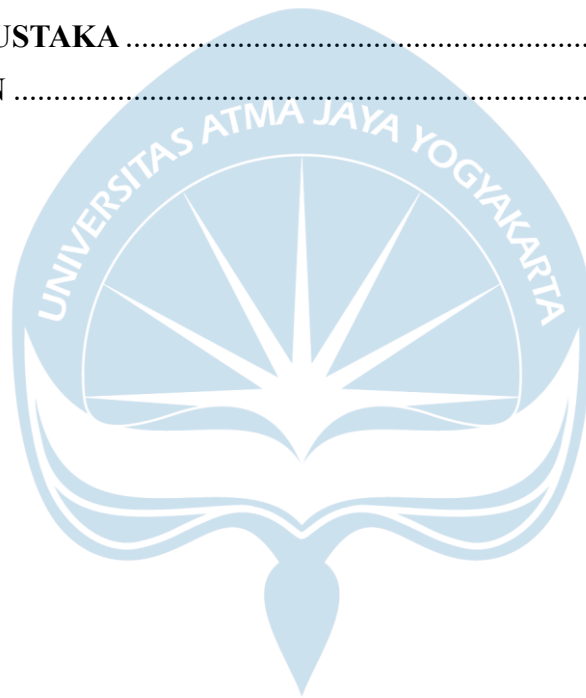
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>1</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>1</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>1</b>
<b>ABTRAK</b> .....	<b>1</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Batasan Masalah.....	6
1.4    Tujuan Penelitian.....	8
1.5    Manfaat Penelitian .....	8
1.6    Sistematika Penulis .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>11</b>
2.1    Kepuasan Pelanggan .....	11
2.1.1    Faktor Kepuasan Pelanggan.....	12
2.2    Aktivitas Media Sosial .....	14
2.3    Interaktivitas Media Sosial.....	15
2.4    Konten Media Sosial .....	17
2.5    Penelitian Terdahulu.....	18
2.6    Pengembangan Hipotesis .....	21
2.6.1    Hubungan Aktivitas Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	22
2.6.2    Hubungan Interaktivitas Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan	23
2.6.3    Hubungan Konten Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	23



2.7	Model Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>26</b>
3.1	Bentuk Penelitian .....	26
3.2	Populasi dan Sampel .....	26
3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	27
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.5	Metode Pengukuran Data.....	28
3.6	Kuesioner .....	29
3.7	Metode Pengujian Instrumen .....	31
3.7.1	Uji Validitas.....	31
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	32
3.8	Metode Analisis Data .....	32
3.8.1	Analisis Deskriptif .....	32
3.8.2	Analisis Regresi .....	32
3.8.3	Analisis Regresi Berganda .....	33
3.8.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	33
3.8.5	Uji F .....	34
3.8.6	Uji t.....	35
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>		<b>36</b>
4.1	Pengujian Instumen.....	36
4.1.1	Uji Validitas.....	36
4.1.2	Uji Reliabilitas .....	38
4.2	Analisis Karakteristik Responden.....	39
4.3	Analisis Deskriptif .....	40
4.4	Uji Hipotesis.....	43
4.4.1	Analisis Determinasi .....	43
4.4.2	Uji F .....	44
4.4.3	Uji t.....	45
4.5	Pembahasan.....	46
4.5.1	Aktivitas Media Sosial Bepengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	47

4.5.2	Interaktivitas Media Sosial Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	48
4.5.3	Konten Media Sosial Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	49
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>		<b>51</b>
5.1	Kesimpulan .....	51
5.2	Implikasi Manajerial .....	52
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	53
5.4	Saran.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>55</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>57</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian terdahulu .....	18
Tabel 3. 1 Kategori Skala Interval.....	29
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas .....	38
Tabel 4. 3 Analisis Karakteristik Responden .....	39
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Aktivitas Media Sosial.....	41
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Interaktivitas Media Sosial .....	42
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Konten Media Sosial.....	42
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji F .....	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji t .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Perawatan Wajah Terlaris .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	25



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUESIONER PENELITIAN.....	57
LAMPIRAN 2 : DATA RESPONDEN .....	64
LAMPIRAN 3: PRINT OUT HASIL OLAH DATA KUESIONER PENELITIAN.....	92



**PENGARUH AKTIVITAS, INTERAKTIVITAS DAN KONTEN MEDIA  
SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SCARLETT  
WHITENING PADA PLATFORM SHOPEE**

**Disusun oleh:**

**Chabelita M Wuwumbene**

**NPM: 19 03 24627**

**Pembimbing:**

**M. Parnawa Putranta. MBA., Ph.D.**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh dari aktivitas media sosial, interaktivitas media sosial dan konten media sosial terhadap kepuasan pelanggan Scarlett Whitening pada platform Shopee. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan Scarlett Whitening dan diperoleh 180 data. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah aktivitas sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Interaktivitas sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan konten media sosial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Aktivitas, Interaktivitas, Konten, Media Sosial, Kepuasan Pelanggan