

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL DIGITAL TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
ULANG DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DIMEDIASI SIKAP KONSUMEN**

**SKRIPSI**

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

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



**Disusun Oleh:**

**Andike stafeinus sihite**

**NPM : 200325928**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA,  
YOGYAKARTA**

**2024**

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL DIGITAL TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DIMEDIASI SIKAP KONSUMEN

Yang di persiapkan dan disusun oleh

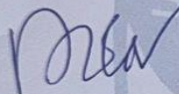
**Andike Stafeinus Sihite**

**NPM: 200325928**

Telah di pertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 7 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Manajemen

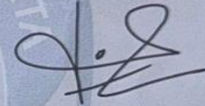
#### Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji

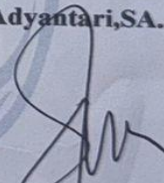


**Elisabeth Dita Septiari, SE., M.  
Sc., Ph.D**

Anggota Penguji



**Api Adyantari, SA., MBA**



**Drs. C. Jarot**

**Priyogutomo, MBA.**

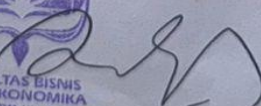
Yogyakarta, 14 Januari 2025

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

  
**Wenefrida Mahestu Noviantra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL DIGITAL TERHADAP NIAT  
PEMBELIAN ULANG DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DIMEDIASI SIKAP  
KONSUMEN**

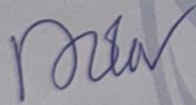
**Disusun Oleh:**

**Andike Stafeinus Sihite**

**NPM: 200325928**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

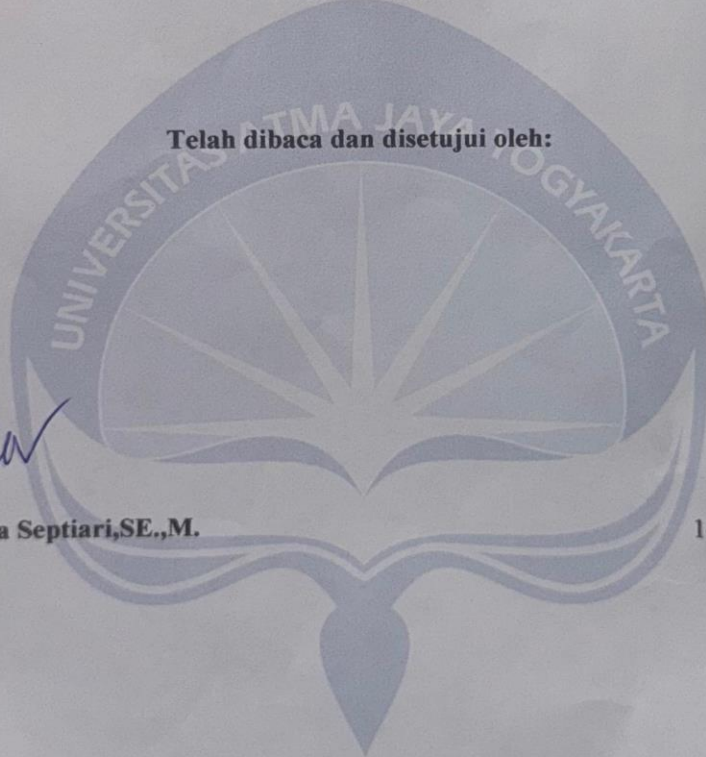
**Pembimbing,**



**Elisabeth Dita Septiari, SE., M.**

**Sc., Ph.D.**

**14 Januari 2025**



## PERNYATAAN

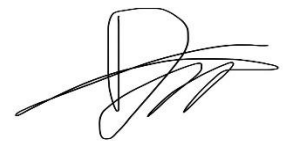
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan skripsi dengan judul :

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL DIGITAL TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
ULANG DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DIMEDIASI SIKAP KONSUMEN**

Benar-benar merupakan hasil karya sendiri, baik dari pernyataan, ide, serta kutipan langsung dan tidak langsung yang bersumber dari tulisan dari orang lain. Saya telah nyatakan secara tertulis di skripsi ini pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi saya, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 20 Desember 2024

Yang menyatakan



Andike Stafeinus Sihite

## KATA PENGANTAR

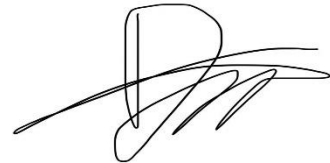
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Tanggung jawab Sosial Digital terhadap Niat beli ulang dan *Electronic Word of Mouth* yang dimediasi Sikap konsumen” untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Program Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini , penulis mendapatkan berbagai bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa,atas berkat, penyertaan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dari tahap awal penulisan sampai akhir penulisan.
2. Ibu Elisabet Dita Septiari, SE.,M.Sc., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu memberikan bimbingan, atas saran, arahan, dan masukan yang baik dan sangat membantu penulis selama pengerjaan skripsi ini.
3. Seluruh keluarga saya yang selalu memberikan support, mendoakan, dan memberikan motivasi kepada saya dalam proses pengerjaan skripsi.
4. Teman-teman Jonah, Pejer, Ousten, Brian, Fivin, Devryan yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta mendoakan untuk kelancaran penulisan skripsi penulis.
5. Seluruh responden yang membantu dalam mengisi kuisioner sehingga data penulis dapat terpenuhi
6. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan yang telah memberikan semangat dan mendoakan yang tidak sempat disebutkan dalam membantu dan mensupport penulisan skripsi hingga saat ini

7. Dan terakhir untuk Diri sendiri yang telah bertahan dan berjuang dari awal hingga tahap akhir penyelesaian skripsi ini.

Yogyakarta, 20 Desember 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, overlapping strokes that form a stylized representation of the name.

Andike Stafeinus Sihite

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1    latar belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	7
1.3    Tujuan Penelitian .....	7
1.4    Manfaat Penelitian .....	8
1.5    Keterbatasan Penelitian.....	8
1.6    Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1.    Landasan Teori.....	11
2.2.    Penelitian Terdahulu .....	16
2.3.    Pengembangan Hipotesis .....	19
2.4    Kerangka Penelitian .....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	25
3.1.    Desain Penelitian .....	25
3.2.    Objek Penelitian.....	25
3.3.    Populasi penelitian .....	25
3.4.    Sampel dan teknik pengambilan sampel.....	26

3.5.	Metode pengumpulan data .....	26
3.6.	Metode pengambilan Data .....	27
3.7.	Defenisi Operasional Variabel .....	28
3.8.	validitas instrument.....	34
3.9.	Uji Statistika Deskriptif .....	37
3.10.	Alat Analisis.....	38
3.11.	Uji Mediasi.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		41
4.1	Pengantar.....	41
4.2	Hasil pengumpulan data responden .....	41
4.3	Analisis statistik deskriptif.....	44
4.4	Hasil analisis Structural Equation Model – Partial Least Square ( SEM –PLS) .....	49
4.5	Uji Variabel Mediasi.....	61
4.6	Pembahasan Hipotesis .....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		67
5.1	Kesimpulan .....	67
5.2	Implikasi Manajerial .....	68
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	69
5.4	Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN.....		79



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Pernyataan Skala Likert .....	28
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.3 Pernyataan sebelum dan sesudah diubah .....	35
Tabel 3.4 Penilaian Interval .....	38
Tabel 4.1 Hasil data responden yang lahir antara tahun 1997 – 2012 .....	41
Tabel 4.2 Hasil data responden pembelian aqua selama tiga bulan terakhir.....	42
Tabel 4.3 Hasil data responden pernah melihat tanggung jawab sosial atau melihat CSR aqua di media sosial.....	43
Tabel 4.4 Hasil data berdasarkan jenis kelamin.....	43
Tabel 4.5 Hasil data berdasarkan pekerjaan.....	44
Tabel 4.6 Hasil analisis deskriptif variabel tanggung jawab sosial digital .....	44
Tabel 4.7 Hasil analisis deskriptif variabel sikap konsumen .....	46
Tabel 4.8 Hasil analisis deskriptif variabel eWOM .....	47
Tabel 4.9 Hasil analisis deskriptif variabel Niat membeli ulang .....	48
Tabel 4.10 Variabel laten dan indikator .....	50
Tabel 4.11 Loading Factor .....	52
Tabel 4.12 nilai <i>AVE</i> .....	53
Tabel 4.13 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	54
Tabel 4.14 hasil uji realibilitas .....	55
Tabel 4.15 Nilai <i>R-Square</i> .....	56
Tabel 4.16 Nilai <i>F-square</i> .....	56
Tabel 4.17 hasil <i>Path Coefficient, Uji T, dan P Value</i> .....	59
Tabel 4.18 Hasil uji T dan uji statistik dan <i>p-value</i> .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik total populasi tiap generasi di Indonesia 2020.....	2
Gambar 1.2 persentase dan tabel air kemasan terbaik dalam lima tahun terkahir .....	4
Gambar 1.3 Postingan dukungan terhadap atlit Indonesia.....	5
Gambar 1.4 Postingan bantuan terhadap banjir di Aceh dan ajakan mengatasi sampah plastik di Indonesia .....	5
gambar 2.1 Kerangka penelitian .....	24
gambar 4.1 Model struktur.....	49
gambar 4.2 Model struktur Bootsapping .....	58

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL DIGITAL TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
ULANG DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DIMEDIASI SIKAP KONSUMEN**

**Disusun Oleh:**

**Andike stafeinus Sihite**

**NPM : 200325928**

**Pembimbing:**

**Elisabet Dita Septiari, SE.,M.Sc., Ph.D.**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis pengaruh tanggung jawab sosial digital terhadap *eWOM* dan Niat membeli ulang dengan sikap konsumen sebagai variabel mediasi, penelitian ini dilakukan pada generasi Z di Indonesia yang pernah membeli produk Aqua dan pernah melihat bentuk tanggung jawab sosial digital Aqua di media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah SEM dengan bantuan perangkat lunak smartPLS. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan secara *online* kepada 256 responden, dan yang telah memenuhi kriteria ada 218 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial digital berpengaruh positif signifikan terhadap sikap konsumen, *eWOM*, dan niat membeli ulang. Sikap konsumen sebagai mediasi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap *eWOM* dan niat membeli ulang, serta memediasi hubungan antara tanggung jawab sosial digital dengan *eWOM* dan Niat membeli ulang

**Kata Kunci** : Tangguung jawab sosial digital, Sikap konsumen, *eWOM*, Niat membeli ulang