

**PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH MELALUI CITRA MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PADA LASHIE LASH BEAUTY
STUDIO KOTA YOGYAKARTA**



Oleh
Shirli Shabrina Zainun
20190410390

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

**PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH MELALUI CITRA MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PADA LASHIE LASH BEAUTY
STUDIO KOTA YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF PROMOTION ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH THROUGH BRAND IMAGE
AS AN INTERVENING VARIABLE ON CONSUMER'S
PURCHASE INTEREST IN LASHIE LASH BEAUTY
STUDIO YOGYAKARTA CITY***



Oleh
Shirli Shabrina Zainun
20190410390

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

**PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH MELALUI CITRA MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PADA LASHIE LASH BEAUTY
STUDIO KOTA YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF PROMOTION ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM,
ELECTRONIC WORD OF MOUTH THROUGH BRAND IMAGE
AS AN INTERVENING VARIABLE ON CONSUMER'S
PURCHASE INTEREST IN LASHIE LASH BEAUTY
STUDIO YOGYAKARTA CITY***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
Shirli Shabrina Zainun
20190410390

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Shirli Shabrina Zainun

Nomor Mahasiswa : 20190410390

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Instagram, Electronic Word of Mouth Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening terhadap Minat Beli Konsumen pada Lashie Lash Beauty Studio Kota Yogyakarta”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 22 Agustus 2023



Shirli Shabrina Zainun

MOTTO

"Memulai dengan penuh keyakinan, Menjalankan dengan penuh keikhlasan,
Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan."

"Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi
batas kesanggupan. Karena 'Allah tidak akan membebani seseorang melainkan
sesuai dengan kadar kesanggupannya'." (QS. Al-Baqarah: 286)

"Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa
kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa." - Ridwan Kamil

"Kuliah itu adalah sebuah medan perang yang terlalu indah untuk diakhiri dengan
kata menyerah." - Alit Susanto

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Instagram, Electronic Word of Mouth Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening terhadap Minat Beli Konsumen pada Lashie Lash Beauty Studio Kota Yogyakarta” ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu tucurahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW. Bersamaan dengan rasa syukur dan doa yang saya panjatkan, dengan rasa bangga saya persembahkan untuk:

1. Ayah (H. Slamet Edi Santosa, S.Kom), Ibu (Hj. Ida Lumongga Ritonga, S.Sos) dan keluarga besar yang sangat saya sayangi dan cintai. Terimakasih sudah selalu mendoakan dan memberikan support untuk saya. Berkat harapan dan doa ayah, ibu dan keluarga besar yang selalu menyertai saya, akhirnya saya bisa menyelesaikan pendidikan saya di bangku kuliah ini dengan baik.
2. Priambodo Satriotomo, sosok laki-laki yang sangat amat baik. Terimakasih sudah menjadi teman untuk bertukar pikiran, sudah menjadi tempat saya untuk mengeluarkan segala keluh kesah dan sudah kebersamai saya dalam keadaan susah maupun senang. Terimakasih atas segala support, waktu, doa dan kesabarannya selama ini.
3. Rizky Anita Fajarani, sepupu tersayang dan tercinta yang terasa seperti kakak kandung. Terimakasih sudah kebersamaiku dari kecil hingga saat ini. Terimakasih menjadi tempatku berkeluh kesah. Terimakasih sudah bersabar menghadapi adiknya ini. Terimakasih sudah menjadi support system dan menjadi sosok kakak yang sangat baik.
4. Ghina Septiani, Annisa Balqis, Ety Khayu. Terimakasih sudah menjadi teman terdekat dan teman terbaikku sejak menjadi mahasiswa baru hingga saat ini. Terimakasih sudah mau berjuang bersama untuk mendapatkan gelar

- ini. Terimakasih atas segala bantuan dan supportnya untuk saya menyelesaikan pendidikan di bangku kuliah ini. Sukses dan bahagia selalu.
5. Syarifah Laila Lubada, Cindy Chandrika dan Nurulita Damayanti, teman baikku sejak menjadi anggota DPM periode 2020/2021. Terimakasih sudah bersabar, selalu mensupport, dan meluangkan waktunya untuk mendengarkan segala keluh kesah saya.
 6. Warwah, geng saya dikelas. Warwah, Warsof, Kualii dan SCH menjadi saksi pertemanan kita. Penghuni bangku belakang akhirnya bisa lulus semua dengan baik. Terimakasih sudah berjuang bersama, sudah kebersamai dan menjadi teman baik saya sejak maba hingga sekarang.
 7. DPM KMFEB UMY periode 2020/2021 dan 2021/2022. 2 periode menjadi anggota DPM dengan segala keluh kesah, susah dan senang sudah saya rasakan. Terimakasih sudah menjadi wadah untuk saya mendapatkan banyak ilmu tentang politik kampus dan berorganisasi dengan baik.
 8. Teman seangkatan saya, Manajemen UMY 2019. Terimakasih sudah berjuang bersama. Terimakasih sudah kebersamai perjalanan di bangku kuliah ini.
 9. Shirli Shabrina Zainun, saya sendiri. Terimakasih sudah kuat, sudah mau berjuang dan bertahan sejauh ini. Kamu sudah membuktikan kepada seluruh dunia bahwa anak tunggal ini bisa lulus dengan baik dan bisa mendapatkan gelar S.E dibelakang namamu.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran untuk menyelesaikan skripsi saya dengan judul “Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Instagram, Electronic Word of Mouth Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening terhadap Minat Beli Konsumen pada Lashie Lash Beauty Studio Kota Yogyakarta”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Saya dapat menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dari beberapa pihak. Maka dari itu, saya selaku penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., AK., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan arahan dan bimbingannya kepada mahasiswa FEB.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan arahan, bimbingan dan dukungannya kepada mahasiswa Manajemen.
3. Bapak Dr. Nuryakin. S.E., MM selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dalam membimbing dan memberi arahan kepada penulis dari awal penyusunan proposal hingga skripsi.

4. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
5. Staff Administrasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu saya mengurus administrasi kampus.

Saya menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna dan masih banyak kekurangan. Untuk itu, dengan kerendahan hati saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk skripsi saya dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Yogyakarta, 22 Agustus 2023



Shirli Shabrina Zainun

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Pengembangan Hipotesis	23
D. Model Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Objek dan Sampel Penelitian	29
B. Jenis Pengumpulan Data	29
C. Populasi dan Sampel	29

D.	Teknik Pengambilan Sampel.....	30
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	31
F.	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	31
G.	Uji Kualitas Data	39
H.	Uji Hipotesis dan Analisis	40
I.	Pengujian Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		46
A.	Gambaran Umum Lashie Lash Beauty Studio	46
B.	Deskripsi Pendistribusian Kuesioner.....	46
C.	Karakteristik Sampel Penelitian	47
D.	Analisis Statistik Deskriptif.....	50
E.	Uji Kualitas Data	52
F.	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	54
G.	Pengujian Hipotesis	62
H.	Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....		70
A.	Kesimpulan.....	70
B.	Keterbatasan Penelitian	70
C.	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN.....		78
	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	78
	Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden.....	83
	Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	102
	Lampiran 4 Uji Validitas	103
	Lampiran 5 Uji Reliabilitas	104
	Lampiran 6 Diagram Alur	107
	Lampiran 7 Konveksi Diagram Alur Ke Persamaan Struktural.....	107
	Lampiran 8 Uji Outliers	108
	Lampiran 9 Assessment of normality (Group number 1).....	112
	Lampiran 10 Uji Goodness Of Fit.....	112
	Lampiran 12 Uji Hipotesis	113

Lampiran 13 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	114
---	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Diagram Alur.....	55
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert	31
Tabel 3.2 Tabel Definisi Variabel dan Pengukuran	33
Tabel 4.1 Rincian Pendistribusian Kuesioner	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	49
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Minimal 3 Bulan Menjadi Konsumen	49
Tabel 4.6 Statistic Deskriptif Variable Promosi Media Social	50
Tabel 4.7 Statistic Deskriptif Variable Electronic Word Of Mouth	50
Tabel 4.8 Statistic Deskriptif Variable Citra Merek	51
Tabel 4.9 Statistic Deskriptif Variable Minat Beli	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan CHIINV	57
Tabel 4.13 Data outlier.....	57
Tabel 4.14 Data outlier.....	58
Tabel 4.15 Data outlier.....	58
Tabel 4.16 Hasil Data Outlier	59
Tabel 4.17 Hasil Identifikasi Model Structural.....	60
Tabel 4.18 Kriteria <i>Goodnes Of Fit</i>	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Pengaruh Langsung	62
Tabel 4.20 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	64
Tabel 4.21 Hasil Standardized Direct Effects and Indirect Effect.....	65
Tabel 4.22 Hasil Standardized Direct Effects and Indirect Effect	65