

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BELI ULANG
DENGAN KETERLIBATAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi pada Pelanggan *Coffee Shop* Kalola Space di Daerah Istimewa Yogyakarta)

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON REPURCHASE INTENTION
WITH CUSTOMER ENGAGEMENT AS A MEDIATING VARIABLE***

(Study on Kalola Space Coffee Shop Customers in Yogyakarta Special Region)



Disusun oleh:

Retno Siti Puji Lestari

20200410244

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BELI ULANG
DENGAN KETERLIBATAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi pada Pelanggan *Coffee Shop* Kalola Space di Daerah Istimewa Yogyakarta)

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON REPURCHASE INTENTION
WITH CUSTOMER ENGAGEMENT AS A MEDIATING VARIABLE***

(Study on Kalola Space Coffee Shop Customers in Yogyakarta Special Region)

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

Retno Siti Puji Lestari

20200410244

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Retno Siti Puji Lestari

Nomor Mahasiswa : 20200410244

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KETERLIBATAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”** 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 secara tertulis diacu 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, 09 Desember 2023



Retno Siti Puji Lestari

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan hamdallah dan atas kuasa juga kehendak Allah SWT, karya ini saya persembahkan kepada orang-orang yang terus mendoakan, mendukung dan membantu saya dalam penulisan karya ini.

1. Teruntuk papa dan mama terima kasih sudah selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan bantuan tak bernilai lainnya yang telah diberikan kepada peneliti hingga bisa mencapai di titik ini. Terima kasih untuk selalu menjadi penguat peneliti dan selalu memberikan ketenangan saat peneliti sedang berada di fase putus asa, sedih dan tidak percaya diri. Semoga mama papa selalu sehat, bahagia, diberi perlindungan oleh Allah SWT, dan bisa menyaksikan peneliti menjadi orang yang sukses.
2. Teruntuk kakak dan adik yang telah memberikan doa dan semangat dalam menyelesaikan studi dan karya tulis ini.
3. Keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan dan doa yang terbaik untuk kelancaran peneliti.
4. Teruntuk sahabat seperjuangan peneliti Rani, Nadila, Marlina, Nana, dan Caren terimakasih banyak kepada kalian yang sudah selalu memberikan dukungan tanpa henti, terimakasih sudah saling mendukung dan saling peduli satu sama lain serta selalu memberikan hal-hal yang positif. Terimakasih sudah membuat masa perkuliahan peneliti menjadi lebih berwarna dan memiliki keluarga baru.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan Rahmat dalam penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh pemasaran Media Sosial terhadap Niat Beli Ulang dengan Keterlibatan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Yogyakarta. Penulisan mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik memengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CPR. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga, memberikan masukan dan arahan, serta motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.

Peneliti sangat menyadari bahwa tulisan ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan serta keterbatasan yang ada, oleh karena itu kritik dan saran selalu peneliti harapkan agar bisa membangun perkembangan peneliti di kemudian hari. Akhir kata, saya berterimakasih kepada Allah SWT dan semua orang yang mendukung saya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, termasuk peneliti dan semua pihak.

Yogyakarta, 16 November 2023



Retno Siti Puji Lestari

x

DAFTAR ISI

MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
C. Pengembangan Hipotesis.....	28
D. Model Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	34
B. Jenis Data.....	34
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
D. Teknik Pengumpulan dan Pengukuran Data.....	36
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	37
F. Uji Kualitas Instrumen.....	39
G. Analisis data dan Uji Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian.....	47
C. Statistik Deskriptif.....	52

D. Hasil Uji Hipotesis	55
E. Pengujian Hipotesis.....	66
F. Pembahasan.....	69
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	74
A. Simpulan	74
B. Keterbatasan Penelitian.....	75
C. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Studi Pendahuluan Objek Penelitian	8
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Skala Likert	36
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Eksogen	37
Tabel 3. 3 Indikator Variabel Mediasi	38
Tabel 3. 4 Indikator Variabel Endogen.....	39
Tabel 3. 5 Kriteria Goodness of Fit.....	45
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	49
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 4 Interpretasi Kelas Interval	53
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Pemasaran Media Sosial	53
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Keterlibatan Pelanggan	54
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Niat Beli Ulang	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Outliers.....	60
Tabel 4. 10 Notes For Model (Default Model) Computation of degress of freedom (Default model)	63
Tabel 4. 11 Menilai Goodness of Fit	64
Tabel 4. 12 Hubungan Antar Variabel	66
Tabel 4. 13 Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)	68
Tabel 4. 14 Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model).....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkiraan Jumlah Kedai Kopi di Indonesia.....	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian	32
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	56
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	57
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalobis Distance	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	87
Lampiran 3 Tabulasi Data	93
Lampiran 4 Uji Validitas	100
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	101
Lampiran 6 Statistik Deskriptif.....	102
Lampiran 7 Persamaan Struktural.....	103
Lampiran 8 Uji Normalitas	104
Lampiran 9 Uji Outliers	104
Lampiran 10 Degree of Freedom Notes for Model (Default model) Computation of degrees of freedom (Default model).....	109
Lampiran 11 <i>Goodness of Fit</i>	109
Lampiran 12 Uji Hipotesis	110
Lampiran 13 Uji Mediasi	111