

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI ULANG  
DENGAN KESADARAN MEREK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH***

**(E-WOM) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi pada Kosmetik Wardah di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON REPURCHASE  
INTEREST WITH BRAND AWARENESS, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH***

***(E-WOM) AS A MEDIATING VARIABLE***

***(Study on Wardah Cosmetics in Special Region of Yogyakarta)***



Disusun oleh:

**Nadila Widyananto Putri**

**20200410230**

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

**2023**

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI ULANG  
DENGAN KESADARAN MEREK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH***

**(E-WOM) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi pada Kosmetik Wardah di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON REPURCHASE  
INTEREST WITH BRAND AWARENESS, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH***

***(E-WOM) AS A MEDIATING VARIABLE***

***(Study on Wardah Cosmetics in Special Region of Yogyakarta)***

**SKRIPSI**

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



Disusun oleh:

**Nadila Widyananto Putri**

**20200410230**

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

**2023**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Nadila Widyanto Putri

Nomor Mahasiswa : 20200410230

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KESADARAN MEREK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) 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, 13 Januari 2024



Nadila Widyanto Putri

## **PERSEMBAHAN**

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

1. Teruntuk papa dan mama terima kasih sudah memberikan pendidikan yang terbaik. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk kedua orang tua, sebagai salah satu tanda bukti dan terima kasih karena selalu memberikan doa dan dukungan di setiap langkah peneliti. Semoga mama dan papa selalu diberikan kesehatan, umur panjang, dan perlindungan dari Allah SWT.
2. Teruntuk kakak dan adik yang telah memberikan doa, dukungan, dan menemani dalam mengerjakan penulisan karya tulis ini.
3. Keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan dan doa yang terbaik untuk kelancaran peneliti.
4. Sahabat peneliti, Retno, Rani, Marlina, Nana, Carenina, Sarah, Sintya, Bila, Desty, terima kasih selama ini tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan doa hingga saat ini untuk kelancaran kuliah. Semoga kita semua dilindungi oleh Allah SWT dan diberikan kelancaran untuk masa depan.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Minat Beli Ulang dengan Kesadaran Merek dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Kosmetik Wardah di Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

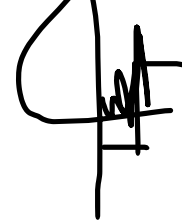
Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CPR, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulisan menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., MSi, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Bapak Misbahul Anwnar, 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.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam 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 penulis harapkan agar bisa membangun perkembangan penulis di kemudia hari. Akhir kata, peneliti berterima kasih kepada Allah SWT dan semua orang yang mendukung peneliti. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, termasuk penulis dan semua pihak.

Yogyakarta, 13 Januari 2024



Nadila Widyanto Putri

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN PENGESAHAN.....                          | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                          | v    |
| PERNYATAAN.....                                  | vii  |
| MOTTO.....                                       | viii |
| PERSEMBAHAN.....                                 | v    |
| INTISARI.....                                    | x    |
| ABSTRACT.....                                    | xi   |
| KATA PENGANTAR.....                              | vi   |
| DAFTAR ISI.....                                  | viii |
| DAFTAR TABEL.....                                | x    |
| DAFTAR GAMBAR.....                               | xi   |
| BAB I PENDAHULUAN.....                           | 1    |
| A. Latar Belakang Penelitian.....                | 1    |
| B. Rumusan Masalah Penelitian.....               | 10   |
| C. Tujuan Penelitian.....                        | 11   |
| D. Manfaat Penelitian.....                       | 12   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                     | 13   |
| A. Landasan Teori.....                           | 13   |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu.....               | 19   |
| C. Penurunan Hipotesis.....                      | 28   |
| D. Model Penelitian.....                         | 34   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                   | 35   |
| A. Objek dan Subjek Penelitian.....              | 35   |
| B. Jenis Data.....                               | 35   |
| C. Teknik Pengambilan Sampel.....                | 35   |
| D. Teknik Pengumpulan dan Pengukuran Data.....   | 37   |
| E. Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 38   |
| F. Uji Kualitas Instrumen.....                   | 40   |
| G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....          | 41   |

|   |    |
|---|----|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....            | 48 |
| A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian .....          | 48 |
| B. Uji Kualitas Instrumen .....                         | 51 |
| C. Statistik Deskriptif .....                           | 54 |
| D. Hasil Uji Hipotesis .....                            | 58 |
| E. Pengujian Hipotesis.....                             | 68 |
| F. Pembahasan.....                                      | 73 |
| BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN..... | 80 |
| A. Simpulan .....                                       | 80 |
| B. Keterbatasan Penelitian .....                        | 81 |
| C. Saran.....   | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                    | 84 |
| LAMPIRAN.....   | 89 |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Halal Award 2023 .....                            | 8  |
| Tabel 1. 2 Research Gap.....                                 | 9  |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                         | 19 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert .....                                | 37 |
| Tabel 3. 2 Indikator Variabel Eksogen .....                  | 38 |
| Tabel 3. 3 Indikator Variabel Mediasi .....                  | 39 |
| Tabel 3. 4 Indikator Variabel Endogen.....                   | 40 |
| Tabel 3. 5 Kriteria Goodness of Fit.....                     | 46 |
| Tabel 4. 1 Profil Responden .....                            | 50 |
| Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas .....                         | 52 |
| Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas .....                      | 53 |
| Tabel 4. 4 Interpretasi Kelas Interval .....                 | 54 |
| Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Pemasaran Media Sosial ..... | 55 |
| Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Kesadaran Merek .....        | 55 |
| Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif E-WOM.....                   | 56 |
| Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Minat Beli Ulang.....        | 57 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....                         | 61 |
| Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Ouliers.....                     | 63 |
| Tabel 4. 11 Notes For Model (Default Model).....             | 65 |
| Tabel 4. 12 Menilai Goodness of Fit.....                     | 66 |
| Tabel 4. 13 Hubungan Antar Variabel .....                    | 68 |
| Tabel 4. 14 Standardized Direct Effects .....                | 71 |
| Tabel 4. 15 Standardized Indirect Effects .....              | 71 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan di Indonesia. .... | 7  |
| Gambar 2. 1 Model Penelitian .....                                    | 34 |
| Gambar 4. 1 Diagram Jalur .....                                       | 59 |
| Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....                                 | 59 |
| Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalobis Distance .....                      | 62 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....             | 89  |
| Lampiran 2 Karakteristik Responden.....          | 95  |
| Lampiran 3 Tabulasi Data .....                   | 101 |
| Lampiran 4 Uji Validitas .....                   | 104 |
| Lampiran 5 Uji Reliabilitas .....                | 105 |
| Lampiran 6 Statistik Deskriptif.....             | 107 |
| Lampiran 7 Persamaan Struktural.....             | 108 |
| Lampiran 8 Uji Normalitas .....                  | 108 |
| Lampiran 9 Uji Outliers .....                    | 109 |
| Lampiran 10 Notes For Model (Default Model)..... | 113 |
| Lampiran 11 Goodness of Fit.....                 | 114 |
| Lampiran 12 Uji Hipotesis .....                  | 115 |
| Lampiran 13 Uji Mediasi .....                    | 116 |

