

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL DAN CITRA MEREK HEDONIS  
TERHADAP NIAT BELI PADA *SUSTAINABLE FASHION START-UP***

**(Studi pada *local fashion brand Cottonink*)**

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA CONTENT AND HEDONIC BRAND IMAGE  
ON PURCHASE INTENTION IN SUSTAINABLE FASHION START-UP***

**(Study at *local fashion brand Cottonink*)**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

**LUKY TIYAS ELLYANA**

**20200410258**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2023/2024**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Luky Tiyas Ellyana

NIM : 20200410258

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL DAN CITRA MEREK HEDONIS TERHADAP NIAT BELI PADA SUSTAINABLE FASHION START-UP (STUDI PADA *LOCAL FASHION BRAND COTTONINK*)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang 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 Januari 2024



Luky Tiyas Ellyana

**MOTTO**

**“Kita di ciptakan untuk nyata, bukan jadi sempurna.”**

**-Min Yoongi-**

***“Long Story Short, I Survived”***

**-Taylor Swift”**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatNya, hidayah, anugerah dan semuanya yang telah diberikan kepada penulis beserta keluarga dan saudara lainnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Dengan kerendahan hati, maka skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Keluarga tercinta dari penulis, yaitu Ayahanda Suyato S.Pd, Ibunda Indah Susanti, Kakak penulis Ardiyan Tyas Eritama S.Pd dan Adik penulis Moreno Bongga Darmares. Penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas doa, dukungan dan motivasi kalianlah semua ini dapat tercapai.
2. Sahabat-sahabat penulis, yaitu Fajar Agustyan, Kessya Litania dan Della Puspita yang selalu menemani dan mendukung penulis hingga saat ini.
3. Teman-teman kelas Manajemen “G” angkatan 2020 secara keseluruhan yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
4. Teman-teman Manajemen angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas kebersamaannya, tetap semangat dan berjuang untuk meraih masa depan.
5. Semua pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
6. Terakhir, diri saya sendiri atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Semoga saya tetap rendah hati, karena ini adalah awal dari segalanya.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan Ridho dan Rahmatnya-Nya serta memberikan kemudahan, kesempatan, kesehatan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Konten Media Sosial dan Citra Merek Hedonis terhadap Niat Beli pada *Sustainable Fashion Start-Up* (Studi pada *local fashion brand Cottonink*)”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan referensi, kontribusi dan dapat memberikan masukan bagi Perusahaan dalam pengambilan keputusan dan memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari 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., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Misbahul Anwar. S. E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran,

memberikan arahan, masukan, serta motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Kedua orang tua saya yang dengan penuh kasih sayang memberi semangat, nasihat, serta fasilitas dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen yang telah Ikhlas mengajarkan ilmunya pada penulis selama menempuh Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik ditinjau dari materi, tata bahasa, dan penyusunannya, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca untuk kesempurnaannya. Sebagai akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua bagi penulis khususnya orang lain.

Yogyakarta, 09 Januari 2024



Luky Tiyas Ellyana

## DAFTAR ISI

MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
1. Manfaat Teoritis.....	11
2. Manfaat Praktik.....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA .....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Konten Iklan Media Sosial.....	12
2. Konten Promosi Penjualan Media Sosial.....	12
3. Citra Merek Hedonis .....	13
4. Niat Beli.....	15
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
C. Pengembangan Hipotesis.....	24
D. Model Penelitian.....	30
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN .....	31
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	31
1. Objek Penelitian .....	31
2. Subjek Penelitian.....	31
B. Jenis Data.....	31

C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
D. Teknik Pengumpulan dan Pengukuran Data .....	33
1. Teknik Pengumpulan Data .....	33
2. Teknik Pengukuran Data.....	33
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	34
F. Uji Kualitas Instrumen.....	37
1. Uji Validitas .....	37
2. Uji Reliabilitas .....	38
G. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	39
1. Analisis Deskriptif.....	39
2. Analisis SEM .....	39
BAB IV .....	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	44
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian.....	44
B. Uji Kualitas Instrumen.....	54
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	56
D. Pengujian Hipotesis.....	69
E. Pembahasan .....	74
BAB V.....	81
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	81
A. Simpulan .....	81
B. Keterbatasan Penelitian.....	83
C. Saran.....	83
1. Untuk Penelitian Selanjutnya.....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	vi
LAMPIRAN.....	i
A. Screening Question.....	85
B. Identitas Responden.....	86
C. Petunjuk Pengisian Kuesioner .....	87
D. Daftar Pertanyaan.....	88



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Used Social Media Platform in Indonesia 2023 .....	2
Tabel 1. 2 Persentase Produk yang Banyak Dibeli 2020.....	4
Tabel 1. 3 6 Local Brand Berhasil Go International 2023.....	5
Tabel 1. 4 Data Followers Media Sosial Cottonink.....	7
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	34
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili.....	46
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	47
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
Tabel 4. 5 Distribusi Berdasarkan Pendapatan .....	48
Tabel 4. 6 Interpretasi Kelas Interval .....	49
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Konten Iklan Media Sosial.....	50
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Konten Promosi Media Sosial.....	50
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Citra Merek Hedonis .....	52
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Niat Beli .....	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas .....	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas .....	59
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Outlier .....	60
Tabel 4. 15 Identifikasi Model Struktural.....	64
Tabel 4. 16 Menilai Goodness of Fit .....	64
Tabel 4. 17 Hasil RMSEA.....	65
Tabel 4. 18 Hasil GFI .....	66
Tabel 4. 19 Hasil AGFI.....	66
Tabel 4. 20 Hasil CMIN/DF .....	67
Tabel 4. 21 Hasil TLI.....	67
Tabel 4. 22 Hasil CFI.....	68
Tabel 4. 23 Hasil Pengujian Hipotesis.....	69
Tabel 4. 24 Hasil Pengujian Hipotesis.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram Cottonink .....	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	30
Gambar 4. 1 Persamaan Strutural .....	57
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural .....	57
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalonobis Distance .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....	84
Lampiran 2: Tabulasi Data Responden.....	93
Lampiran 3: Karakteristik Responden.....	106
Lampiran 4: Statistik Deskriptif .....	108
Lampiran 5: Uji Validitas .....	110
Lampiran 6: Uji Reliabilitas .....	112
Lampiran 7: Model Penelitian Struktural .....	113
Lampiran 8: Uji Normalitas.....	114
Lampiran 9: Uji Outlier .....	115
Lampiran 10: Degre Of Freedom .....	115
Lampiran 11: Goodness of Fit.....	119
Lampiran 12: Uji Hipotesis .....	122