

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BELI:  
PERAN MEDIASI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK**

**(Studi pada Bengkel Yonz Suspension)**

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON PURCHASE  
INTENTION: THE MEDIATING ROLE OF BRAND IMAGE AND BRAND  
TRUST***

***(A Study on Yonz Suspension Workshop)***



**OLEH:  
MUHAMMAD ARIF RAHMAN  
20200410386**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2023**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BELI:  
PERAN MEDIASI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK**

**(Studi pada Bengkel Yonz Suspension)**

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON PURCHASE  
INTENTION: THE MEDIATING ROLE OF BRAND IMAGE AND BRAND  
TRUST***

***(A Study on Yonz Suspension Workshop)***

**SKRIPSI**

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



**OLEH:**

**MUHAMMAD ARIF RAHMAN**

**20200410386**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2023**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Arif Rahman

Nomor Mahasiswa : 20200410386

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul:

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BELI:  
PERAN MEDIASI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK (Studi  
pada Bengkel Yonz Suspension)** 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 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, 8 Januari 2024



Muhammad Arif Rahman

## **MOTTO**

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.” (Q.S Al Insyirah: 5-6)

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi Allah SWT atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan sukses. Skripsi ini saya persembahkan kepada beberapa pihak sebagai ungkapan terima kasih karena telah menyertakan doa, semangat, dan motivasi tanpa henti, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

1. Bapak dan ibu saya serta keluarga yang selalu mendukung secara moril maupun materil, serta doa dan arahnya.
2. Semua rekan yang memberikan bantuan, doa, dukungan, semangat, dan aspek positif lainnya telah berkontribusi untuk membantu penulis mencapai kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, anugerah, dan berkah dalam penulisan skripsi berjudul “PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BELI: PERAN MEDIASI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK” (Studi pada Bengkel Yonz Suspension). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis memilih topik ini dengan harapan dapat memberikan kontribusi bagi organisasi dalam mengoptimalkan strategi pengaruh dalam pengambilan keputusan organisasional, serta memberikan inspirasi untuk penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tak dapat tercapai tanpa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., 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 Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama penyusunan skripsi.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., MM. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen dan seluruh karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang

telah memberikan dukungan dan ilmunya kepada penulis selama menempuh studi.

5. Sahabat dan teman-teman yang memberi semangat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan dan semangat selama proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga semua kebaikan yang mereka lakukan diterima oleh Allah SWT dan dianggap sebagai amal yang paling baik, Aamiin. Peneliti berharap agar isi dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 10 Desember 2023

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Arif Rahman', with a stylized star-like symbol above the name.

Muhammad Arif Rahman

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	4
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
INTISARI .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Penelitian</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah Penelitian</b> .....	10
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	11
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	11
<b>BAB II</b> .....	14
<b>A. Landasan Teori</b> .....	14
<b>B. Hasil Penelitian Terdahulu</b> .....	22
<b>C. Pengembangan Hipotesis</b> .....	32
<b>D. Model Penelitian</b> .....	39
<b>BAB III</b> .....	41
<b>A. Objek dan Subjek Penelitian</b> .....	41
<b>B. Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel</b> .....	41
<b>C. Jenis Data</b> .....	43
<b>D. Teknik Pengambilan Data</b> .....	43
<b>E. Definisi Operasional Variabel Penelitian</b> .....	45
<b>F. Uji Kualitas Instrumen</b> .....	49
<b>G. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis</b> .....	50
<b>BAB IV</b> .....	58



<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	58
<b>B. Gambaran Umum Subjek Penelitian</b> .....	59
<b>C. Hasil Uji Kualitas Instrumen</b> .....	65
<b>D. Hasil Pengujian Hipotesis</b> .....	88
<b>E. Pembahasan</b> .....	93
<b>BAB V</b> .....	100
<b>A. Simpulan</b> .....	100
<b>B. Keterbatasan Penelitian</b> .....	101
<b>C. Saran</b> .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	103
<b>LAMPIRAN</b> .....	111

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.2. Kategori Jawaban Responden .....	52
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin & Usia.....	60
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan & Jenis Kelamin ....	61
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir & Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan & Jenis Kelamin .	62
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat & Jenis Kelamin .....	63
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Akun Yonz Suspension.....	65
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecenderungan Media Sosial .	65
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas .....	68
Tabel 4.10. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Pemasaran Media Sosial.....	69
Tabel 4.11. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	70
Tabel 4.12. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek.....	70
Tabel 4.13. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli.....	71
Tabel 4.14. Degree of Freedom.....	75
Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas .....	76
Tabel 4.16. Uji Bootstrap .....	77
Tabel 4.17. Hasil Uji Outliers .....	79
Tabel 4.18. Data Bebas Outliers .....	83
Tabel 4.19. Goodnes of Fit.....	87
Tabel 4.20. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung .....	89
Tabel 4.21. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Diagram Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia .....	3
Gambar 1. 2. Contoh Konten Unggahan Instagram @bengkelpakyono.....	6
Gambar 4. 1. Diagram Jalur .....	73
Gambar 4. 2. Persamaan Struktural.....	73
Gambar 4. 3. Batas Outlier.....	79
Gambar 4. 4. Model Pengaruh Antar Variabel .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 2 Karakteristik Responden: Jenis Kelamin & Usia .....	117
Lampiran 3 Karakteristik Responden: Pekerjaan & Jenis Kelamin.....	118
Lampiran 4 Karakteristik Responden: Pendidikan Terakhir & Jenis Kelamin...	119
Lampiran 5 Karakteristik Responden: Penghasilan & Jenis Kelamin .....	120
Lampiran 6 Karakteristik Responden: Alamat & Jenis Kelamin.....	121
Lampiran 7 Karakteristik Responden: Kunjungan Akun Yonz Suspension .....	125
Lampiran 8 Karakteristik Responden: Kecenderungan Sosial Media .....	125
Lampiran 9 Uji Validitas.....	126
Lampiran 10 Uji Reliabilitas .....	127
Lampiran 11 Analisis Deskriptif .....	130
Lampiran 12 <i>Degree of Freedom</i> .....	131
Lampiran 13 Uji Normalitas .....	131
Lampiran 14 Uji <i>Bootstrap</i> .....	132
Lampiran 15 Uji <i>Outliers</i> .....	132
Lampiran 16 Bebas <i>Outliers</i> .....	136
Lampiran 17 <i>Goodness of Fit</i> .....	140
Lampiran 18 Uji Hipotesis .....	142
Lampiran 19 Tabulasi Data Responden .....	147