

**SKRIPSI**

**Pengaruh Kualitas Situs *Web* dan Kualitas Media Sosial  
Terhadap Citra Merek Melalui Kesadaran Merek dan *Electronic  
Word of Mouth*  
(Studi pada Konsumen Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

*The Effect of Website Quality and Social Media Quality on Brand  
Image Through Brand Awareness and Electronic Word of Mouth  
(Study of Shopee Consumers in The Special Region of Yogyakarta)*



Disusun oleh:  
**RADEN RORO WINDA DEWI PUSPITASARI**  
**20190410474**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2024**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS SITUS *WEB* DAN KUALITAS**  
**MEDIA SOSIAL TERHADAP CITRA MEREK MELALUI**  
**KESADARAN MEREK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH***  
**(Studi pada Konsumen Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY AND SOCIAL MEDIA***  
***QUALITY ON BRAND IMAGE THROUGH BRAND***  
***AWARENESS AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH***  
***(Study of Shopee Consumers in The Special Region of Yogyakarta)***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:  
**RADEN RORO WINDA DEWI PUSPITASARI**  
**20190410474**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**  
**2024**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Raden Roro Winda Dewi Puspitasari

Nomor Mahasiswa : 20190410474

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS SITUS WEB DAN KUALITAS MEDIA SOSIAL TERHADAP CITRA MEREK MELALUI KESADARAN MEREK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (Studi pada Konsumen Shopee di Daerah Istimewa 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 diacu dalam naskah ini dan disebut 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, 16 Januari 2024

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp is shown with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METRA', and 'TEMA'. The serial number '16ALX037913333' is visible at the bottom.

Raden Roro Winda Dewi Puspitasari

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayyah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Enik Istiyani dan R. Sudaryanto yang selalu memberikan motivasi dan dukungan, dengan penuh kasih sayang memberikan doa terbaiknya.
2. Untuk adik saya tercinta Rr. Diva Rizky Aulia serta keluarga kecil kakak saya tersayang R. Dewan Nanda Pratama, Shinta Ratriana, Raden Sada Arjuna terima kasih atas motivasi, doa, dan dukungannya selama ini.
3. Kepada keluarga besar saya yang telah memberikan doa dan dukungan
4. Teruntuk sahabat saya Diva, Yulfa, Lisa, Kisya, Shofy, Mira, Bela, Ema, Rahma, para sahabat saya di grup Area Tertawa, WSWS, dan Ruang Makan, serta para sahabat lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih sudah menemani dan selalu memberikan semangat, saran, serta masukan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Terima kasih kepada teman-teman Program Studi Manajemen Angkatan 2019 dan 2020 serta semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan arahan kepada peneliti.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Situs *Web* dan Kualitas Media Sosial Terhadap Citra Merek Melalui Kesadaran Merek dan *Electronic Word of Mouth* (Studi pada Konsumen Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Peneliti 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.

Dalam 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. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W. S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Hasnah Rimiyati, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan saran dan ajaran selama proses pengerjaan karya tulis ini.

4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 16 Januari 2024



Raden Roro Winda Dewi Puspitasari

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Kualitas Situs <i>Web</i> .....	10
2. Kualitas media sosial.....	12
3. Kesadaran merek .....	13
4. <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) .....	14
5. Citra merek .....	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	17
C. Pengembangan Hipotesis .....	23
D. Model Penelitian .....	32
BAB III .....	34

METODE PENELITIAN.....	34
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	34
B. Jenis Data .....	34
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data .....	36
E. Devinsi Operasional Variabel Penelitian .....	37
F. Uji Kualitas Instrumen .....	39
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	41
BAB IV .....	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	46
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	46
B. Uji Kualitas Instrumen .....	51
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	59
D. Hasil Uji Hipotesis .....	66
E. Pembahasan (Interpretasi) .....	73
BAB V.....	81
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN .....	81
A. Simpulan.....	81
B. Keterbatasan Penelitian .....	83
C. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN.....	90



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Kunjungan Pada Situs Web Platform E-Commerce .....	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	32
Gambar 4. 1 Path Model .....	60
Gambar 4. 2 Estimasi Model SEM .....	62
Gambar 4. 3 Hasil Analisis SEM .....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2. 2 Kualitas Situs <i>Web</i> terhadap Kesadaran Merek .....	24
Tabel 2. 3 Kualitas media sosial terhadap kesadaran merek.....	25
Tabel 2. 4 Kualitas situs <i>web</i> terhadap citra merek.....	26
Tabel 2. 5 Kualitas media sosial terhadap citra merek.....	27
Tabel 2. 6 Kesadaran merek terhadap electronic word of mouth .....	28
Tabel 2. 7 <i>Electronic word of mouth</i> terhadap citra merek.....	29
Tabel 2. 8 Kualitas situs web terhadap citra merek dengan mediasi serial kesadaran merek dan electronic word of mouth .....	30
Tabel 2. 9 Kualitas situs web terhadap citra merek dengan mediasi serial kesadaran merek dan electronic word of mouth .....	31
Tabel 3. 1 Keterangan Skala Likert.....	37
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian .....	38
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	47
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	48
Tabel 4. 3 Domisili Responden .....	48
Tabel 4. 4 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	49
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden .....	50
Tabel 4. 6 Pendapatan Perbulan Responden .....	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	53
Tabel 4. 9 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	55
Tabel 4. 10 Interpretasi Kelas Interval .....	56
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Kualitas Situs <i>Web</i> .....	56
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Kualitas Media Sosial .....	57
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Kesadaran Merek .....	58
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	58
Tabel 4. 15 Statistik Deskriptif Citra Merek .....	59
Tabel 4. 16 Variabel Reflektif Formatif.....	61
Tabel 4. 17 Standardized Data .....	61
Tabel 4. 18 Uji Kesesuaian Model .....	63
Tabel 4. 19 Nilai R-Square Contribution .....	66
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung .....	67
Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	72

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2. Data Responden.....	94
Lampiran 3. Data Tabulasi Responden.....	104
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	113
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	113
Lampiran 6. Statistik Deskriptif.....	114
Lampiran 7. Analisis Model Struktural.....	114
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis.....	115