

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *MARKETING*, KUALITAS
PELAYANAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI
ULANG KONSUMEN PADA TOKOWAHAB.COM**

SKRIPSI



U Nama / E : Reynal Fransiskus

Nim : 43118120079

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2023

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *MARKETING*, KUALITAS
PELAYANAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI
ULANG KONSUMEN PADA TOKOWAHAB.COM**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Reynal Fransiskus

Nim : 43118120079

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

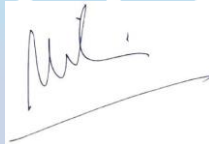
2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Reynal Fransiskus
NIM : 43118120079
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING,
KUALITAS PELAYANAN, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP MINAT BELIULANG KONSUMEN
PADA TOKOWAHAB.COM
Tanggal Sidang : 12 April 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Mochamad Rizki Sadikin, BBA., MBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1



UNIVERSITAS
MERCU BU



Manajemen

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04232315



Please Scan QRCode to
Verify

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Reynal Fransiskus

NIM : 43118120079

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 September 2022



Reynal Fransiskus

NIM 43118120079

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh media sosial marketing, kualitas pelayanan, dan gaya hidup terhadap minat beli ulang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Tokowahab.com. Sampel yang dipergunakan sebanyak 100 konsumen. Metode penarikan sampel menggunakan model persamaan struktural. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner menggunakan skala likert sebagai alat penilaian kuesioner. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, analisis statistik terhadap data diolah dengan SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial marketing berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: media sosial marketing, kualitas pelayanan, gaya hidup, minat beli ulang



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of social media marketing, service quality, and lifestyle on repurchase intention. The population in this study are consumers at Tokowahab.com. The sample used was 100 consumers. The sampling method uses a structural equation model. The data collection method used a survey method, with the research instrument being a questionnaire using a Likert scale as a questionnaire assessment tool. Using a quantitative descriptive approach, statistical analysis of the data was processed using SPSS version 23. The results of this study indicate that social media marketing has a positive effect on repurchase intention, service quality has a positive effect on repurchase intention, and lifestyle has a positive effect on repurchase intention.

Keywords: social media marketing, service quality, lifestyle, repurchase intention



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH MEDIA SOSIAL *MARKETING*, KUALITAS PELAYANAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA TOKOWAHAB.COM”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Jurusan Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan masukan dari berbagai pihak, terutama saya ingin menyampaikan terima kepada Bapak Dr. Mochamad Rizki Sadikin, BBA, MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu serta banyak memberikan saran kepada saya sebagai penulis, sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya. Pada kesempatan kali ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA selaku Ketua Dosen Penguji
2. Bapak Hery Derajad Wijaya, S.Kom., M.M selaku Dosen Penguji
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.

6. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungannya kepada saya.
7. Bapak William Sunito selaku CEO Tokowahab.com yang sudah memberikan beasiswa kepada saya sehingga dapat menyelesaikan program strata-1.
8. Seluruh karyawan Tokowahab.com.
9. Seluruh sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Seperti sebuah pepatah yang mengatakan bahwa “ tidak ada gading yang tidak retak” maka penulis sadar sepenuhnya, bahwa didalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu dan pengalaman. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas perhatian, dukungan, serta bimbingan yang diberikan kepada penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat dikembangkan lebih lanjut lagi.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 September 2022



Reynal Fransiskus

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Pemasaran	12
2. Media Sosial <i>Marketing</i>	15
3. Kualitas Pelayanan.....	19
4. Gaya Hidup	22
5. Minat beli ulang	27
B. Penelitian terdahulu	30
C. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	35
1. Pengembangan Hipotesis Hubungan Antar Variabel.....	35
2. Rerangka Konseptual	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	39

D. Skala Pengukuran Variabel.....	43
E. Populasi dan Sampel Penelitian	43
F. Metode Pengumpulan Data.....	45
G. Metode Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Lokasi atau Objek Penelitian.....	52
B. Hasil Uji.....	55
1. Hasil Uji Deskriptif.....	55
2. Hasil Uji Kualitas Data	60
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4. Hasil Uji Regresi.....	67
5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
6. Hasil Uji Hipotesis.....	70
C. Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1	Data Jumlah <i>Visitor</i> Tokowahab.com Periode Januari – Agustus 2022	5
1.2	Data Jumlah Transaksi Penjualan Periode Januari – Agustus Tahun 2022 Tokowahab.com	6
1.3	Hasil Kuisisioner Pra-Survey Terhadap Konsumen di Tokowahab.com	8
2.1	Penelitian Terdahulu	30
3.1	Operasional Variabel	41
3.2	Skala Likert	43
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
4.4	Pedoman Kategorisasi rata rata skor penilaian responden	56
4.5	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Media Sosial <i>Marketing</i>	57
4.6	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan	58
4.7	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Gaya Hidup	59
4.8	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Minat Beli Ulang	60
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial <i>Marketing</i>	61
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	62
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup	62
4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang	63
4.13	Hasil Uji Reliabilitas	64
4.14	Hasil Uji Normalitas	65

4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	66
4.16	Hasil Uji Heteroskedositas	66
4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	67
4.18	Hasil Uji F Annova	68
4.19	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	69
4.20	Hasil Uji Hipotesis	71



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.1	Perkembangan Rumah Tangga yang Menggunakan Internet	3
1.2	Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	4
1.3	Nilai Transaksi <i>E-commerce</i> di Indonesia	5
2.1	Rerangka Konseptual	37
4.1	Logo Tokowahab.com	53



UNIVERSITAS
MERCU BUANA