

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
WARDAH KOSMETIK DI SURABAYA DENGAN MEDIASI SIKAP
MEREK**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Manajemen

Program Studi Manajemen



Oleh :

YULI ASTUTIK

NIM: 2014210266

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2018

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN WARDAH KOSMETIK DI SURABAYA DENGAN
MEDIASI SIKAP MEREK**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh:

YULI ASTUTIK
NIM : 2014210266

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2018

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN WARDAH KOSMETIK DI SURABAYA DENGAN
MEDIASI SIKAP MEREK**

Diajukan Oleh:

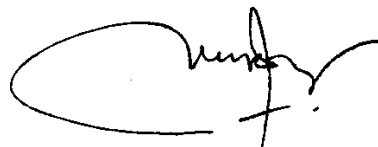
YULI ASTUTIK

NIM: 2014210266

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan,

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 1 Oktober 2018



(Mochamad Nurhadi, S. Kom., M.M)

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN WARDAH KOSMETIK DI SURABAYA DENGAN
MEDIASI SIKAP MEREK**

Disusun Oleh:

YULI ASTUTIK

NIM: 2014210266

Dipertahankan didepan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada Tanggal: 31 Agustus 2018

Tim Penguji

Ketua

: Dra. Lindiawati, M.M.

.....

Sekretaris

: Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M.

.....

Anggota

: Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H.

.....

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yuli Astutik
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 06 Juli 1993
N.I.M : 2014210266
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli
Konsumen Wardah Kosmetik di Surabaya dengan
Mediasi Sikap Merek

Disetujui dan diterima dengan baik oleh:

Ketua Program Sarjana Manajemen Dosen Pembimbing
Tanggal: 01 Oktober 2018 Tanggal : 01 Oktober 2018

(Dr. Muazaroh, SE., MT)

(Mochamad Nurhadi, S. Kom., M.M)

Motto

**Usahamu tidak akan mengkhianati hasil yang dicapai, teruslah berusaha,
Allah akan selalu bersamamu.**

Halaman Persembahan

Terima kasih kepada semua pihak-pihak yang selalu memberikan segala support untuk membantu saya dalam proses penyelesaian masa studi ini. Perjalanan yang sangat berat dan panjang ini tidak akan mudah tercapai jika tidak ada peran kalian terhadap saya untuk menghadapi tugas akhir ini dengan tepat pada waktunya.

Oleh karena itu saya ingin mempersembahkan terimakasih saya yang sebesar-besarnya, dan mengucapkan rasa syukur kepada:

1. Allah SWT

Yang telah memberi saya kesempatan untuk bertahan sampai saat ini dalam menuntut ilmu, memberikan kemudahan dan kelancaran dalam melalui proses demi proses perjalanan studi sampai penyelesaian studi saat ini, dimana banyak hambatan yang datang dalam pelaksanaan pengerjaan tugas akhir Allah memberikan kemudahan melalui orang-orang hebat di sekitar saya.

2. Bapak, Ibu, Mas Anang

Keluarga tersayang yang selalu mendukung saya penuh cinta dalam penyelesaian tugas akhir ini, meskipun banyak sekali masalah bertubi-tubi mendatangi akan tetapi mereka tetap tegar, dan itu semua memotivasi saya untuk terus berjuang sampai saat ini dan seterusnya.

3. Moh. Atok illah

Untuk suami saya tercinta yang selalu ada disaat saya sudah mulai menyerah, dia terus memberikan saya semangat bahwa saya pasti bisa, selalu menemani saya ketika pengerjaan tugas akhir dan membantu saya dalam segala hal, semoga Allah selalu melindunginya.

4. Muhammad Abizard Alfarezel Athallah

Untuk anak saya tercinta, tersayang yang paling gendut, puji syukur kehadirat Allah telah menitipkan anak menganugerahkan harta saya yang paling indah yaitu anak yang pintar sekali yang selalu menemani saya setiap hari saya dalam segala hal, nggak rewel dia sungguh mengerti saya, semangat saya tidak bisa pudar ketika saya melihatnya, semoga Allah selalu melindungimu, Terimakasih banyak buat anak kesayangan Mama Abizard ich liebe dich immer.

5. Bapak Mochamad Nurhadi, S.Kom.,M.M.

Tak lupa dosen pembimbing saya, beliau orang terbaik penuh motivasi Tinggi yang membuat saya selalu bersemangat, entah apa yang harus saya katakan , beliau orang yang sangat luar biasa dengan bimbingannya, arahnya saya bisa menyelesaikan tugas saya tepat waktu , yang selalu bilang ayo semangat kamu pasti bisa, jika semua malaikat ada di dekat saya saya ingin mengatakan, lindungilah beliau , panjangkan umurnya, dan berilah segala kemudahan dalam segala hal urusannya, terimakasih banyak bapak.

6. Adik-adik Kesayangan

Buat teman teman saya terimakasih sudah banyak mengajari saya dan membantu saya, buat Leonardo teman sebinging, buat prasetyo dan rara makasih sudah mengajari saya, buat mia makasih banyak ya adik kriwul buat laptopnya, buat inok dan indi makasih atas kedatangannya kalian luar biasa.

7. Teman-teman STIE Perbanas

Untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan di STIE PERBANAS terimakasih untuk 4 tahun ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadirat ALLAH SWT atas segala limpahan dan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul:

“PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN WARDAH KOSMETIK DI SURABAYA DENGAN MEDIASI SIKAP MEREK“.

Tujuan dari penelitian ini adalah salah satu syarat untuk memenuhi penyelesaian program pendidikan sarjana manajemen STIE PERBANAS Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih atas semua pihak yang telah membimbing dan membantu penulisan selama menjalani proses perkuliahan dan penulisan Skripsi ini ditujukan kepada:

1. Bapak Mochamad Nurhadi, S.Kom.,M.M. selaku dosen pembimbing penulisan Skripsi ini dan berperan besar dalam penyempurnaan penyusunan melalui proses bimbingan, pemberian arahan, nasehat serta pengetahuan kepada penulis.
2. Ibu Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah., M.Si. selaku dosen wali.
3. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T. selaku Ketua Program studi Sarjana Manajemen STIE PERBANAS Surabaya.
4. Bapak Dr. Lutfi, SE., M.Fin. selaku Ketua STIE PERBANAS Surabaya.
5. Ibu Dra. Lindiawati, MM. Selaku Selaku Ketua Penguji Skripsi.
6. Bapak Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom. M.H Selaku dosen Penguji Skripsi.

7. Terimakasih kepada keluarga, yang selalu memberikan semangat dan dukungan penuh.
8. Kepada semua rekan-rekan angkatan 2014 yang selalu bersemangat berjuang bersama.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam proses penyusunan Skripsi..

Surabaya, 17 September 2018

Yuli Astutik



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistemetika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	19
2.3 Hubungan Antar Variabel	24
2.4 Kerangka Penelitian	26
2.5 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Batasan Penelitian	28
3.3 Identifikasi Variabel	28
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.5 Populasi , Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.6 Instrumen Penelitian	33
3.7 Data Dan Metode Pengumpulan Data	34
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.9 Teknik Analisis Data	37
BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	43
4.1 Gambaran Subjek Penelitian	43

4.2	Analisis Data	50
4.3	Pembahasan	65
BAB V	PENUTUP	71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Keterbatasan Penelitian	72
5.3	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		



DAFTAR TABEL

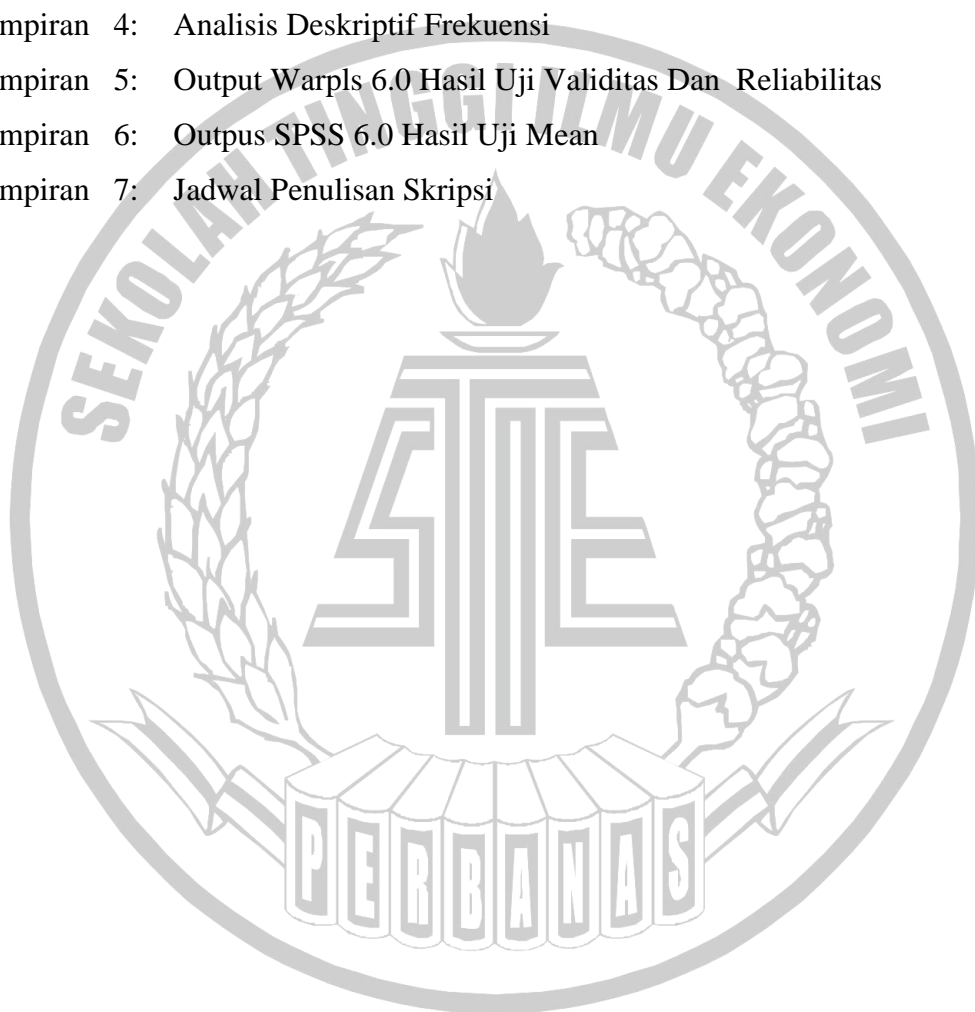
	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan persamaan dan perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	17
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Kuesioner	31
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Kuesioner	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	49
Tabel 4.6 Kategori <i>Mean</i> Variabel Independen Dan Dependen	51
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Media Sosial	52
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Sikap Merek	53
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Laten Sampel Kecil	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.13 Uji Validitas Diskriminan	59
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Pada Variabel Laten	60
Tabel 4.15 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Pada Model Persamaan Struktural	61
Tabel 4.16 <i>Goodness Of Fit</i> Antara Variabel Laten	61
Tabel 4.17 Koefisien Jalur Model Persamaan Struktural	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Model Tingkat Popularitas Produk Make Up di Indonesia	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Internet di Indonesia	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Jurnal 1	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Jurnal 2	12
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Jurnal 3	14
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Status	48
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Pendapatan	49
Gambar 4.6 Hasil Estimasi Model	62
Gambar 4.7 Gambar Pengaruh Mediasi Sikap Merek Menuju Minat Beli	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2: Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3: Rekapitulasi Persentase Informasi Karakteristik Responden
- Lampiran 4: Analisis Deskriptif Frekuensi
- Lampiran 5: Output Warpls 6.0 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 6: Outpus SPSS 6.0 Hasil Uji Mean
- Lampiran 7: Jadwal Penulisan Skripsi



**THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON INTEREST TO BUY CONSUMER
OF WARDAH COSMETIC PRODUCTS IN SURABAYA WITH BRAND
ATTITUDE MEDIATION**

Yuli Astutik

2014210266

STIE Perbanas Surabaya

Email: yuliasutik06@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of social media on the buying interest of consumers in cosmetics in surabaya by mediating brand attitude. The number of respondents from this study is 100 respondents, data analysis technique are used pls (partial least square). The result of the study explained that social media had a significant in direct effect on buying interest, social media had a positive influence on brand attitudes, brand attitudes had a significant effect on consumers buying interest in cosmetic wardah, and brand attitudes could partially mediate social media toward consumers" buying interest in cosmetics. The result of this study are expected to make the community more aware of the usefulness of social media more effectively and efficiently in the cosmetics divition in surabaya. So that consumers do not need to be afraid of the information provided and travel time to make a purchase.

Keywords: Social Media, Brand Attitude, Buying Interest

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK WARDAH KOSMETIK DI SURABAYA DENGAN MEDIASI SIKAP MEREK

Yuli Astutik

2014210266

STIE Perbanas Surabaya

Email: yuliasutik06@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap minat beli konsumen wardah kosmetik di Surabaya dengan mediasi sikap merek. Jumlah responden dari penelitian ini adalah 100 responden, teknik analisis data yang digunakan *pls (partial least square)*. Hasil penelitian menjelaskan bahwa media sosial berpengaruh langsung tidak signifikan terhadap minat beli, media sosial berpengaruh positif terhadap sikap merek, sikap merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen wardah kosmetik, serta sikap merek dapat memediasi secara parsial media sosial terhadap minat beli konsumen wardah kosmetik. Hasil penelitian ini diharapkan masyarakat lebih mengetahui kegunaan dari media sosial lebih efektif dan efisien dalam pembelian wardah kosmetik di Surabaya. Sehingga konsumen tidak perlu takut atas informasi yang disediakan dan dapat menghemat waktu perjalanan melakukan pembelian.

Kata kunci : Media Sosial, Sikap Merek, Minat Beli