

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus Yang Maha Kuasa atas semua rahmat dan berkat dari pada-Nya. Tanpa pertolongan, hikmat, serta kemurahan-Nya yang tiada akhir, penulis tidak akan dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Tugas akhir ini berjudul “EFEK PEMENGARUH MEDIA SOSIAL TASYA FARASYA TERHADAP NIAT BELI KOSMETIK WARDAH DENGAN CITRA MEREK DAN KONSEP DIRI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI” dibuat dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan akhir untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Selain itu, tugas akhir ini juga memfasilitasi proses pembelajaran dan perluasan wawasan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini yaitu kepada:

1. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Dr. Sabrina Oktaria Sihombing, S.E., M.Bus selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabra memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis.
4. Dr. Margaretha Pink Berlianto S.E., M.M., Ak., CA selaku Pembimbing Akademik penulis.
5. Seluruh dosen yang telah mengajar dan membagi ilmunya selama masa studi penulis di Universitas Pelita Harapan.
6. Seluruh staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis perihal kegiatan administratif.

7. Papi, Mami, Ko Ray, Ci Lia, Ko Eppen, dan Ci Laura tersayang yang selalu ada untuk penulis, tiada hentinya memberikan dukungan baik berupa doa, kasih sayang, dan moril.
8. Teman komunitas gereja Eunike, Kezia Manuela, dan Silvia Herla yang selalu ada memberikan dukungan, menjadi pendengar serta penasehat penulis.
9. Teman-teman seperjuangan tugas akhir Michelle Selina, Natasha Anggraini Prawira, Kezia Lady Anastasia yang telah memberikan semangat serta bantuan kepada penulis.
10. Keluarga kedua sekaligus teman dekat penulis semasa perkuliahan di Universitas Pelita Harapan, Stephanie Ophelia, Jessica Suryadijaya, Lisa Sanjaya, Hendry Tanoko, Cindy Boenawan, Devin Adrian, Ricky Dedy dan Ricky Putra yang telah membuat masa-masa perkuliahan lebih menyenangkan serta tak hentinya memberikan dukungan kepada penulis.
11. Teman-teman SMP-SMA Kezia Aristi dan Nanda Vernansyah yang selalu menyemangati penulis sampai saat ini.
12. Semua teman-teman penulis semasa kuliah dari semester awal hingga akhir.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, pemberian kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Tangerang, 27 November 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR ..... | ii   |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....      | iii  |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....            | iv   |
| ABSTRAK .....                                       | v    |
| KATA PENGANTAR .....                                | vi   |
| DAFTAR ISI.....                                     | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....                                 | xii  |
| DAFTAR TABEL.....                                   | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                               | xv   |
| BAB I PENDAHULUAN                                   |      |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                     | 1    |
| 1.2 Pertanyaan Penelitian .....                     | 9    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                         | 10   |
| 1.4 Kontribusi Peneliti .....                       | 10   |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....                   | 13   |
| 1.6 Kerangka Penelitian .....                       | 14   |
| BAB II LANDASAN TEORI                               |      |
| 2.1 Manajemen Pemasaran .....                       | 17   |
| 2.2 Pemasaran Pemengaruh .....                      | 18   |
| 2.3 Perilaku Konsumen .....                         | 19   |
| 2.4 Teori Perilaku Terencana .....                  | 21   |
| 2.5 Niat Beli .....                                 | 23   |
| 2.6 Pemengaruh Media Sosial.....                    | 25   |
| 2.7 Citra Merek .....                               | 27   |
| 2.8 Konsep Diri .....                               | 27   |
| 2.9 Hubungan Antar Variabel .....                   | 29   |

|  |    |
|--|----|
| 2.9.1 Pemengaruh Media Sosial terhadap Niat Beli .....   | 29 |
| 2.9.2 Pemengaruh Media Sosial terhadap Citra Merek ..... | 30 |
| 2.9.3 Pemengaruh Media Soisal terhadap Konsep Diri ..... | 31 |
| 2.9.4 Citra Merek terhadap Niat Beli .....               | 31 |
| 2.9.5 Konsep Diri terhadap Niat Beli.....                | 32 |
| 2.10 Model Penelitian .....                              | 33 |

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

|  |    |
|--|----|
| 3.1 Paradigma Penelitian.....                    | 36 |
| 3.2 Penelitian Kuantitatif .....                 | 38 |
| 3.3 Jenis Penelitian.....                        | 40 |
| 3.4 Pengukuran Variabel.....                     | 42 |
| 3.5 Unit Analisis .....                          | 44 |
| 3.6 Objek Penelitian.....                        | 45 |
| 3.7 Definisi Konseptual dan Operasional .....    | 47 |
| 3.8 Skala Pengukuran.....                        | 48 |
| 3.9 Metode Pengumpulan Data.....                 | 52 |
| 3.10 Kuesioner .....                             | 55 |
| 3.10.1 Prinsip Penulisan.....                    | 55 |
| 3.10.2 Prinsip Pengukuran .....                  | 59 |
| 3.10.3 Prinsip Penampilan Fisik .....            | 59 |
| 3.10.4 Proses Penulisan.....                     | 60 |
| 3.10.5 Penyebaran Kuesioner.....                 | 61 |
| 3.10.6 Kuesioner Online .....                    | 63 |
| 3.11 Etika Pengumpulan Data.....                 | 65 |
| 3.12 Pengambilan Sampel.....                     | 67 |
| 3.12.1 Populasi.....                             | 68 |
| 3.12.2 Desain Sampel.....                        | 68 |
| 3.12.3 Jumlah Sampel .....                       | 71 |
| 3.13 Metode Analisis Data.....                   | 71 |
| 3.13.1 Mempersiapkan Data untuk Dianalisis ..... | 72 |

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 3.13.2 Merasakan Data.....         | 73 |
| 3.13.3 Menguji Kebaikan Data ..... | 77 |
| 3.14 Uji Reliabilitas .....        | 77 |
| 3.15 Uji Validitas .....           | 78 |
| 3.16 Studi Pendahuluan.....        | 81 |
| 3.17 Analisis SEM .....            | 82 |
| 3.18 Uji Mediasi.....              | 89 |

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

|  |     |
|--|-----|
| 4.1 Profil Responden.....                          | 91  |
| 4.2 Hasil Studi Pendahuluan .....                  | 93  |
| 4.2.1 Statistik Deskriptif Studi Pendahuluan ..... | 93  |
| 4.3 Uji Kebaikan Data Studi Pendahuluan.....       | 95  |
| 4.3.1 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan .....     | 95  |
| 4.3.2 Uji Validitas Studi Pendahuluan .....        | 96  |
| 4.4 Hasil Studi Aktual.....                        | 99  |
| 4.4.1 Statistik Deskriptif Studi Aktual .....      | 100 |
| 4.5 Uji Kebaikan Data Studi Aktual .....           | 101 |
| 4.5.1 Uji Reliabilitas Studi Aktual.....           | 102 |
| 4.5.2 Uji Validitas Studi Aktual.....              | 103 |
| 4.6 Uji Hipotesis .....                            | 106 |
| 4.6.1 Model Pengukuran .....                       | 106 |
| 4.6.2 Model Struktural .....                       | 108 |
| 4.7 Uji Mediasi.....                               | 113 |
| 4.8 Pembahasan.....                                | 114 |
| 4.9 Model Fit.....                                 | 118 |
| 4.10 Perbandingan Hasil .....                      | 120 |

#### BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 5.1 Batasan Penelitian ..... | 122 |
| 5.2 Kesimpulan .....         | 123 |

|  |     |
|--|-----|
| 5.3 Implikasi Teoritis .....               | 124 |
| 5.4 Implikasi Manajerial .....             | 127 |
| 5.5 Rekomendasi Penelitian Masa Depan..... | 130 |
| REFERENSI .....                            | 131 |
| LAMPIRAN.....                              | 143 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 1.1 Bagan Alur Bab 1 .....                                 | 1   |
| Gambar 1.2 Top Brand Index Lip Gloss Wardah tahun 2016-2018 ..... | 5   |
| Gambar 1.3 Top Brand Index Lip Gloss Wardah tahun 2019-2020 ..... | 5   |
| Gambar 2.1 Bagan Alur Bab 2 .....                                 | 16  |
| Gambar 2.2 Teori Perilaku Terencana .....                         | 22  |
| Gambar 2.3 Model Penelitian .....                                 | 33  |
| Gambar 3.1 Bagan Alur Bab 3 .....                                 | 35  |
| Gambar 3.2 Skala Likert .....                                     | 52  |
| Gambar 3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....                         | 69  |
| Gambar 3.4 Metode Analisis Data .....                             | 72  |
| Gambar 3.5 Diagram <i>Structural Equation Model</i> .....         | 84  |
| Gambar 4.1 Bagan Alur Bab 4 .....                                 | 91  |
| Gambar 4.2 Model Jalur.....                                       | 109 |
| Gambar 5.1 Bagan Alur Bab 5 .....                                 | 122 |

## DAFTAR TABEL

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 1.1 Penelitian Pemengaruh Media Sosial, Citra Merek, Konsep Diri terhadap Niat Beli dalam satu dekade..... | 7   |
| Tabel 2.1 Tahap Proses Konsumsi .....  | 20  |
| Tabel 3.1 Paradigma Penelitian.....  | 37  |
| Tabel 3.2 Perbedaan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.....   | 39  |
| Tabel 3.3 Jenis-jenis Penelitian.....  | 41  |
| Tabel 3.4 Unit Analisis .....  | 44  |
| Tabel 3.5 Definisi Konseptual dan Operasional .....  | 47  |
| Tabel 3.6 Karakteristik Skala Pengukuran.....  | 51  |
| Tabel 3.7 Perbedaan Pertanyaan Terbuka dan Pertanyaan Tertutup.....  | 57  |
| Tabel 3.8 Kelebihan dan Kekurangan Jenis Penyebaran Kuesioner.....   | 62  |
| Tabel 3.9 Hubungan Tipe Skala, Analisis Data, dan Kesimpulan Visual.....   | 75  |
| Tabel 3.10 Kriteria Uji Reliabilitas .....   | 78  |
| Tabel 3.11 Validitas .....   | 80  |
| Tabel 3.12 Kriteria Uji Validitas Konstruk.....  | 81  |
| Tabel 3.13 Kriteria Model Pengukuran.....  | 86  |
| Tabel 3.14 Kriteria Model Struktural.....  | 88  |
| Tabel 3.15 Kriteria Model Fit .....  | 88  |
| Tabel 4.1 Profil Responden.....  | 91  |
| Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Studi Pendahuluan .....   | 92  |
| Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan .....   | 94  |
| Tabel 4.4 <i>Outer Loading</i> Studi Pendahuluan.....  | 96  |
| Tabel 4.5 <i>Outer Loading</i> Studi Pendahuluan 2.....  | 97  |
| Tabel 4.6 AVE Studi Pendahuluan .....  | 98  |
| Tabel 4.7 Korelasi Studi Pendahuluan.....  | 98  |
| Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Studi Aktual.....   | 99  |
| Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Studi Aktual.....   | 101 |
| Tabel 4.10 <i>Outer Loading</i> Studi Aktual.....  | 103 |



|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.11 <i>Outer Loading</i> Studi Aktual 2.....               | 103 |
| Tabel 4.12 AVE Studi Aktual .....                                 | 104 |
| Tabel 4.13 Korelasi Studi Aktual.....                             | 104 |
| Tabel 4.14 Hasil Model Pengukuran.....                            | 106 |
| Tabel 4.15 Nilai $R^2$ Studi Aktual .....                         | 109 |
| Tabel 4.16 Nilai $Q^2$ Studi Aktual .....                         | 110 |
| Tabel 4.17 Hasil Model Struktural.....                            | 110 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Mediasi .....                                | 113 |
| Tabel 4.19 Uji Model Fit.....                                     | 119 |
| Tabel 4.20 Statistika Kolinearitas (VIF) – <i>Outer</i> VIF ..... | 120 |
| Tabel 4.21 Statistika Kolinearitas (VIF) – <i>Inner</i> VIF ..... | 121 |
| Tabel 4.22 Perbandingan Hasil .....                               | 121 |
| Tabel 5.1 Implikasi Teori.....                                    | 126 |
| Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....                              | 129 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|               |  |
|---------------|--|
| Lampiran I    | KUESIONER STUDI PENDAHULUAN            |
| Lampiran II   | KUESIONER STUDI AKTUAL                 |
| Lampiran III  | STATISTIK DESKRIPTIF STUDI PENDAHULUAN |
| Lampiran IV   | RELIABILITAS STUDI PENDAHULUAN         |
| Lampiran V    | VALIDITAS STUDI PENDAHULUAN            |
| Lampiran VI   | STATISTIK DESKRIPTIF STUDI AKTUAL      |
| Lampiran VII  | RELIABILITAS STUDI AKTUAL              |
| Lampiran VIII | VALIDITAS STUDI AKTUAL                 |
| Lampiran IX   | MODEL PENGUKURAN                       |
| Lampiran X    | MODEL STRUKTURAL                       |
| Lampiran XI   | UJI MEDIASI                            |
| Lampiran XII  | PENELITIAN SEBELUM YANG DIREPLIKASI    |
| Lampiran XIII | HASIL UJI KEMIRIPAN TURNITIN           |