Aktivitas Pemasaran Media Sosial dan Niat Beli Pelanggan: Efek Mediasi dari Citra Merek
(Studi pada brand Aerostreet)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana manajemen

Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

Disusun Oleh:

MUHAMMAD SYADIDUL FAUZI
212304046

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

2025

HALAM AN PENGESAHAN

SKRIPSI

Aktivitas Pemasaran Media Sosial dan Niat Beli Pelanggan: Efek Mediasi dari Citra Merek
(Studi pada brand Aerostreet)

Diajukan Oleh:

MUHAMMAD SYADIDUL FAUZI
212304046

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Sah
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen (S-1) Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Tanggal : 14 Agustus 2025

Mengesahkan,

Pembimbing,

Murwani Eko Astuti, S.E., MBA.

Ketua Penguji,

Wina Driyan Pradana, S.E., M.M.

Anggota Penguji,

Murwani Eko Astuti, S.E., MBA.

Pjs. Ketua Program Studi Manajemen,

Murwani Eko Astuti, S.E., MBA.
NPP. 2018.13.0130

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta,

Nama	:	Muhammad Syadidul Fauzi
NPM	:	212304046
Program Studi	:	Manajemen (S-1)
Judul Skripsi	:	Aktivitas Pemasaran Media Sosial dan Niat Beli Pelanggan: Efek Mediasi dari Citra Merek (Studi pada brand Aerostreet)

Menyatakan bahwa hasil penelitian dengan judul tersebut di atas adalah hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiarism. Semua referensi dan sumber terkait yang dikutip dalam karya ini telah ditulis sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan ini, saya menyatakan untuk menyerahkan hak cipta penelitian kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta guna kepentingan ilmiah

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaaan dari pihak manapun. Apabila terdapat kekeliruan atau ditemukan adanya pelanggaran akademik di kemudia hari, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai ketentuan akademik.

Yogyakarta, 01 Agustus 2025

Muhammad Syadidul Fauzi

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Aktivitas Pemasaran Media Sosial dan Niat Beli Pelanggan: Efek Mediasi dari Citra Merek (Studi pada brand Aerostreet)".**

Skripsi ini dapat diselesaikan atas bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya ingi mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Edhy Tri Cahyono, S.Si., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani.
2. Ibu Murwani Eko Astuti, S.E., MBA selaku Ketua Prodi Manajemen (S-1) sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi.
3. Seluruh sivitas akademika Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
4. Keluarga yang selalu mendukung dan juga memberi dorongan, do'a, serta selalu mempercayai segala impian yang ingin saya gapai
5. Kepada sahabat-sahabat saya sebagai rekan perjuangan selama mengerjakan skripsi ini yaitu Dede, Sandika, Joko, Satria dan juga Hasna, yang menemani dalam proses pembuatan skripsi.
6. Kepada seseorang yang sangat spesial yaitu Oktarani Nugraheni, yang selalu mendampingi, memberikan semangat dan juga menemani disaat susah maupun senang selama proses pembuatan skripsi ini

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

7. Kepada seluruh rekan-rekan mahasiswa manajemen angkatan 2021 yang sudah menjadi kerabat yang baik hati.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kebaikan kepada semuanya, sebagai imbalan atas segala kebaikan yang telah dilakukan kepada saya. Akhirnya besar harapan saya, semoga skripsi ini dapat berguna bagi banyak orang.

Yogyakarta, 09 Mei 2025

Penulis

Muhammad Syadidul Fauzi

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAM AN PENGESAHAN ii
HALAMAN PERNYATAAN iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR LAMPIRAN x
INTISARI xi
ABSTRACT xii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 11
C. Tujuan Penelitian 12
D. Manfaat Penelitian 13
E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 15
A. Landasan Teori 15
B. Penelitian Terdahulu 25
C. Kerangka Berpikir 29
D. Pengembangan Hipotesis 30
BAB III METODE PENELITIAN 38
A. Desain Penelitian 38
B. Tempat dan Waktu Penelitian 38
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian 39
D. Populasi dan Sampel 41
E. Teknik Pengumpulan Data 42
F. Teknik Analisis Data 43
BAB IV HASIL DAN ANALISIS 49
A. Deskripsi Data 49
B. ANALISIS DATA 58
C. PEMBAHASAN 69

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 84
A. KESIMPULAN 84
B. SARAN 86
DAFTAR PUSTAKA 89
LAMPIRAN 97

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna internet di Indonesia hingga bulan Februari 2025... 2
Gambar 1. 2 Presentase Media Sosial yang Paling banyak digunakan di Indonesia.. 3
Gambar 1. 3 Jumlah Followers akun Instagram Aerostreet..... 6
Gambar 1. 4 Jumlah Followers akun Tiktok Aerostreet 6
Gambar 1. 5 Minat terhadap brand berdasarkan kata kunci brand Aerostreet 8
Gambar 2. 1 Model Fase Teori Efek Hierarki (Hierarchy of Effect) 15
Gambar 2. 2 Kerangka berpikir..... 29
Gambar 4. 1 Presentase jenis kelamin 50
Gambar 4. 2 Media sosial aerostreet yang diikuti..... 53
Gambar 4. 3 Domisili responden 54

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan jumlah followers Instagram brand Sepatu lokal di Indonesia 6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 25
Tabel 3. 1 Timeline Penelitian 39
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel 40
Tabel 3. 3 Skala Likert 43
Tabel 4. 1 Jenis Pekerjaan 51
Tabel 4. 2 Usia responden 52
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif per item 55
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif per variabel 56
Tabel 4. 5 Uji Validitas 58
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas 59
Tabel 4. 7 Uji Normalitas 60
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas 60
Tabel 4. 9 Uji Heterokedastisitas 62
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Hipotesis 63
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Indirect effect 67
Tabel 4. 12 R-Square 68

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 98
Lampiran 2 IDENTITAS RESPONDEN 102
Lampiran 3 TABULASI JAWABAN RESPONDEN 115
Lampiran 4 HASIL ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTEIS 125
Lampiran 5 JADWAL PENELITIAN 130
Lampiran 6 SURAT BEBAS KEUANGAN 132
Lampiran 7 KARTU BIMBINGAN 134
Lampiran 8 HASIL CEK PLAGIARISME 136

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA