

ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, KUALITAS

LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI

KEMBALI KONSUMEN MENGGUNAKAN APLIKASI TIX ID DI

JAKARTA UTARA PADA MASA PANDEMI COVID-19

Oleh :

Nama : Filemon Jorlando

NIM : 20180080

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MEI 2022



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MENGGUNAKAN APLIKASI TIX ID DI JAKARTA UTARA PADA MASA PANDEMI COVID-19

Diajukan oleh :

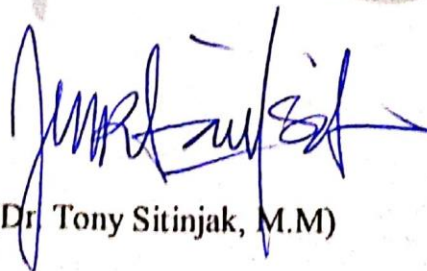
Nama : Filemon Jorlando

NIM : 20180080

Jakarta, 10 Mei 2022

Disetujui oleh :

Pembimbing



(Dr. Tony Sitinjak, M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022



ABSTRAK

Filemon Jorlando / 20180080 / 2022 / Analisis Pengaruh *Social Media Marketing*, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen Menggunakan Aplikasi TIX ID Di Jakarta Utara Pada Masa Pandemi Covid-19/ Pembimbing: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Perkembangan jaman ke era digital dan internet semakin pesat pada masa sekarang ini. Segala kebutuhan manusia mulai ditawarkan oleh berbagai macam aplikasi dan layanan lewat *smartphone*, salah satunya adalah pemesanan tiket bioskop secara *online*. Namun, keadaan pada masa pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini menyebabkan mobilitas masyarakat menjadi terbatas dan mendorong konsumen untuk lebih selektif dalam memilih layanan ataupun produk. Pembatasan dan larangan kegiatan hiburan yang diatur oleh pemerintah, membuat berbagai industri hiburan kesulitan mendapatkan minat beli konsumen. Begitu juga dengan TIX ID yang terkena dampak karena sulit untuk menarik minat konsumen menggunakannya karena dengan adanya pembatasan yang dilakukan. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing*, kualitas layanan, dan citra merek terhadap minat beli layanan TIX ID pada masa pandemi Covid-19 khususnya di Jakarta Utara.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah teori *social media marketing*, kualitas layanan, citra merek, dan minat beli kembali. Dalam penelitian ini, *social media marketing*, kualitas layanan, dan citra merek sebagai variabel independen dan minat beli sebagai variabel dependen.

Objek penelitian ini adalah *social media marketing*, kualitas layanan, citra merek dan minat beli kembali terhadap aplikasi dari TIX ID. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada 210 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan *software* Warp PLS 6.0 dan SBM SPSS Statistik 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing* dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat beli kembali. Sedangkan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, Kualitas Layanan, Citra Merek, Minat Beli Kembali.



ABSTRACT

Filemon Jorlando / 20180080 / 2022 / Analysis of the Effect of Social Media Marketing, Service Quality and Brand Image on Consumer Repurchase Intention Using the TIX ID Application in North Jakarta During the Covid-19 Pandemic/ Advisor: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

The development of the era to the digital era and the internet is getting faster at this time. All human needs are starting to be offered by various applications and services via smartphones, one of which is ordering cinema tickets online. However, the current situation during the Covid-19 pandemic has limited people's mobility and encouraged consumers to be more selective in choosing services or products. Restrictions and prohibitions on entertainment activities are regulated by the government, making it difficult for various entertainment industries to gain consumer buying interest. Likewise, TIX ID is affected because it is difficult to attract consumers to use its services because of the restrictions imposed. Therefore, this study aims to determine the effect of social media marketing, service quality, and brand image on interest in buying TIX ID services during the Covid-19 pandemic, especially in North Jakarta.

The theory used to support this research is the theory of social media marketing, service quality, brand image, and repurchase intention. In this study, social media marketing, service quality, and brand image as independent variables and repurchase intention as the dependent variable.

The object of this research is social media marketing, service quality, brand image, and repurchase intention of the application service of TIX ID. The data collection technique used in this study is a communication technique by distributing questionnaires electronically via Google Forms to 210 respondents. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with a judgment sampling approach. The procedure used for model testing and data processing is a structural equation model (Structural Equation Modeling) using WarpPLS 6.0 software and SBM SPSS Statistics 20.

The results of this study indicate that social media marketing and service quality have a positive effect on repurchase intention. Meanwhile, brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions.

The conclusion of this study is that all existing hypotheses have been shown to have a positive effect.

Keywords: Social media marketing, Service Quality, Brand Image, Repurchase Intention.





KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang karena berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Social Media Marketing*, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Aplikasi TIX ID Di Jakarta Utara Pada Masa Pandemi Covid-19” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini hambatan dan rintangan penulis hadapi, namun semuanya itu dapat terselesaikan dengan adanya bimbingan, arahan, bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Tony Sitinjak, M.M., selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, dan bimbingan dengan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk penulis selama proses penulisan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga yang selalu ada untuk mendukung dan mendoakan penulis.
3. Para jajaran dosen kampus Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan untuk penulis selama perkuliahan.
4. Untuk Matthew Tio Devin, Aloysius Agung, Thomas Hansel, Fengky Liu, Friska Feliyana, Jeremia Kuswanda, Andrew Octavious dan teman – teman seangkatan yang hadir untuk membantu dan memberikan pertolongannya bagi penulis.
5. Untuk Kak Nurul Anggraini, Kak Egidius Virgo dan Kak Anita yang memberikan dukungan dan doanya untuk penulis.



6. Dan untuk semua pihak yang penulis tidak sebutkan satu per satu, yang telah memberi bantuan, dukungan dan doa yang sangat berarti bagi penulis hingga bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Maka dari itu, penulis menerima dan menghargai apabila ada kritik dan saran yang diberikan untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak dan berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan bisa menjadi bahan untuk referensi bagi penelitian selanjutnya yang dilakukan.

Jakarta, 23 April 2022

Penulis

Filemon Jorlando

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teoritis	10
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pemikiran	29
D. Hipotesis	32





BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Objek Penelitian	34
B. Desain Penelitian	34
C. Variabel Penelitian	36
D. Teknik Pengambilan Sampel	42
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
B. Analisis Deskriptif.....	54
C. Hasil Penelitian.....	72
D. Pembahasan	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	79
A. Simpulan.....	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	84

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel <i>Social Media Marketing</i>	37
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan.....	40
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Citra Merek	41
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel Minat Beli.....	42
Tabel 4.1	Persentase Responden Berdasarkan Domisili di Jakarta Utara	54
Tabel 4.2	Persentase Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan Aplikasi TIX ID Minimal Satu Kali Selama Pandemi Covid-19.....	55
Tabel 4.3	Persentase Responden Berdasarkan Kepemilikan Aplikasi TIX ID Pada <i>Smartphone</i> -nya.....	56
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Media Marketing</i>	56
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	57
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	58
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	58
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.9	Profil Responden Berdasarkan Umur.....	59
Tabel 4.10	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.11	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.12	Skor Rata – Rata Variabel <i>Social Media Marketing</i>	62





Tabel 4.13	Skor Rata – Rata Variabel Kualitas Layanan	64
Tabel 4.14	Skor Rata – Rata Variabel Citra Merek.....	67
Tabel 4.15	Skor Rata – Rata Variabel Minat Beli.....	69
Tabel 4.16	Hasil Evaluasi Model Struktural	70
Tabel 4.17	Pengaruh Antar Variabel	72

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Fitur – Fitur Aplikasi TIX ID	3
Gambar 1.2	Prokes Bioskop yang disiarkan oleh TIX ID	4
Gambar 1.3	Penilaian Pengguna Aplikasi TIX ID	6
Gambar 2.1	Model Proses Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1	Logo TIX ID	54
Gambar 4.2	Hasil Pengujian Hipotesis	71



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	84
Lampiran 2.....	89
Lampiran 3.....	94
Lampiran 4.....	115
1. Uji Validitas.....	115
2. Uji Reliabilitas.....	116
3. Statistik Deskriptif Setiap Variabel.....	116
4. Hasil Evaluasi Model Struktural.....	132
5. Pengaruh Antar Variabel.....	132
6. Hasil Pengujian Hipotesis.....	133

© Hak Cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

