

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP
CUSTOMER RETENTION DENGAN CUSTOMER
ENGAGEMENT SEBAGAI MEDIATING VARIABLE
PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE
DI KOTA PALEMBANG**



Diajukan Oleh :
Cici Rizki Oktaviani
191510035

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Strata Satu
Pada Program Studi Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS BINA DARMA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP

***CUSTOMER RETENTION DENGAN CUSTOMER
ENGAGEMENT SEBAGAI MEDIATING VARIABLE
PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE
DI KOTA PALEMBANG***

**Cici Rizki Oktaviani
191510035**

KARYA AKHIR

Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Program Studi Manajemen

Menyetujui,

**Palembang, 19 September 2023
Program Studi Manajemen
Fakultas Sosial Humaniora**

Universitas Bina Darma

Pembimbing


Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si.

Dekan



Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si., Ph.D

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Judul Karya Akhir : “Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Customer Retention* Dengan *Customer Engagement* Sebagai *Mediating Variable* Pada Pengguna *e-commerce Shopee* Di Kota Palembang”.

Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal 6 September 2023 dan dinyatakan sudah memenuhi syarat untuk diterima.

KOMISI PENGUJI

- 1. Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si.**
- 2. Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.**
- 3. Efan Elpanso, S.E., M.M.**

Ketua Penguji

Anggota Penguji 1

Anggota Penguji 2



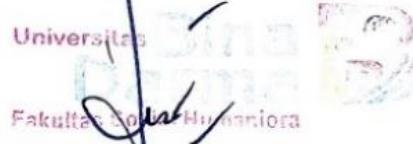
Palembang, 19 September 2023

Program Studi Manajemen

Fakultas Sosial Humaniora

Universitas Bina Darma

Ketua Program Studi



Dr. Trisninawati, S.E., M.M

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cici Rizki Oktaviani

NIM : 191510023

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya Akhir ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam Karya Akhir ini tidak terdapat karya dan pendata yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam draft rujukan.
4. Saya bersedia Karya Akhir yang saya hasilkan ini di cek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggah ke internet, sehingga dapat diakses publik secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 19 September 2023

Yang membuat pernyataan



Cici Rizki Oktaviani
191510035

ABSTRAK

Social Media Marketing merupakan upaya untuk lebih memahami dinamika strategi yang efektif pada bisnis modern. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara *Social Media Marketing*, *Customer Retention*, dimediasi oleh *Customer Engagement* pada pengguna e-commerce *Shopee* di Kota Palembang. Riset ini mengeksplorasi pemasaran melalui media sosial berperan dalam menjaga kelangsungan pelanggan *Shopee*, keterlibatan pelanggan menjadi elemen kunci dalam kaitan antara strategi pemasaran melalui media sosial dan retensi pelanggan. Metode riset diimplementasikan melalui pendekatan kuantitatif menggunakan survei sebagai desain penelitiannya. Unit analisis penelitian adalah pengguna e-commerce *Shopee* di Kota Palembang dengan jumlah responden sebanyak 130 orang. Teknik analisis data dilakukan dengan pendekatan SEM-PLS untuk melakukan pengujian hipotesis. Hasil temuan *Social Media Marketing* terbukti tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *Customer Retention* tetapi *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Engagement* dan hubungan *Customer Engagement* terhadap *Customer Retention*. Hasil dari uji mediasi menyatakan bahwa *Customer Engagement* berhasil memediasi hubungan antara *Social Media Marketing* terhadap *Customer Retention* dengan pengaruh mediasi tergolong rendah. Perusahaan e-commerce perlu memperkuat kehadiran dan aktivitasnya di platform media sosial. Manajemen *Shopee* bisa mempertimbangkan peningkatan aktifitas mereka dengan berbagi konten menarik, menggelar promosi, atau melaksanakan kampanye khusus di media sosial tersebut agar dapat meningkatkan interaksi pengguna. Selain itu, perusahaan harus merenungkan strategi yang lebih efisien untuk mendorong keterlibatan aktif pengguna di media sosial mereka. Diperlukan penyempurnaan dan peningkatan dalam strategi media sosial ini, yang dapat meliputi identifikasi alasan di balik kurangnya aktivitas pengguna, meningkatkan kualitas konten yang relevan dan menarik, serta mengadopsi strategi yang lebih kuat dalam membangun interaksi pengguna dan meningkatkan kehadiran merek di platform media sosial.. Implikasi riset ini juga mendorong pengembangan tim pemasaran untuk meningkatkan efektivitas kinerja mereka dan mengadopsi pendekatan pengambilan keputusan berbasis data dalam strategi pemasaran ke depan.

Kata Kunci : *Social Media Marketing; Customer Retention; Customer Engagement.*

ABSTRACT

Social Media Marketing is an effort to better understand the dynamics of effective strategies in modern business. The purpose of the study was to determine and analyse the relationship between Social Media Marketing, Customer Retention, mediated by Customer Engagement for Shopee e-commerce users in Palembang City. This research explores the role of social media marketing in maintaining Shopee's customer continuity, customer engagement is a key element in the link between social media marketing strategies and customer retention. The research method was implemented through a quantitative approach using a survey as the research design. The unit of analysis of the research was Shopee e-commerce users in Palembang City with a total of 130 respondents. The data analysis technique was carried out with the SEM-PLS approach to conduct hypothesis testing. The findings of Social Media Marketing proved to have no significant effect directly on Customer Retention but Social Media Marketing has a significant effect on Customer Engagement and the relationship between Customer Engagement and Customer Retention. The results of the mediation test state that Customer Engagement successfully mediates the relationship between Social Media Marketing and Customer Retention with a low mediation effect. The implications of these findings provide opportunities for Marketing Managers to develop more effective marketing strategies through social media platforms and increase interaction with customers, in order to increase Customer Engagement. The research results can be used by Shopee e-commerce Marketing Managers to design more targeted marketing campaigns and improve understanding of customer behaviour and needs through analysis of the data generated. The implications of this research also encourage the training and development of marketing teams to improve the effectiveness of their performance and adopt a data-driven decision-making approach in future marketing strategies.

Keywords: Social Media Marketing; Customer Retention; Customer Engagement.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Direndahkan di mata manusia, ditinggikan di mata Tuhan”

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan
menguji kekuatan” (Ali Bin Abi Thalib)

“*Gonna Fight and don't Stop Until You're Proud*”

PERSEMBAHAN

- ❖ Kepada Ayah (Bapak. Ahmad Faisal
dan Ibu (Ibu. Suryani))
- ❖ Kepada Saudara Sekandung
- ❖ Kepada Teman Seperjuangan
- ❖ Kepada Dosen Pembimbing

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama Lengkap	: Cici Rizki Oktaviani
Tempat, Tanggal Lahir	: Palembang, 9 Oktober 2001
Jenis Kelamin	: Perempuan
Kewarganegaraan	: Indonesia
Agama	: Islam
Status	: Belum Menikah
Alamat	: Jl. Kapten Robani Kadir Rt. 10 Talang Putri
No. Telepon	: 083168628260
Email	: cicirizki526@gmail.com

Pendidikan Formal

2007-2012	: SDN 266 Palembang
2013-2016	: SMPN 24 Palembang
2017-2019	: SMK Muhammadiyah 2 Palembang
2019-2023	: Universitas Bina Darma Palembang

Pendidikan Informal

Peserta Character Building Program “Self Indenfication” 2019 Peserta Table Manner Course At The Santika Hotel Palembang, 2022 Praktek Kerja Lapangan Di Rajawali Grand Ballroom Palembang ,2022
Magang MBKM Di Kantor PLN S2JB Kota Palembang, 2023

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, syalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan besar kita, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, serta pengikutnya sampai akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan karya akhir ini. Adapun tujuan dari penulisan karya akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen. Dalam penyusunan karya akhir ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, petunjuk dan nasihat dari semua pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M. Selaku Rektor Universitas Bina Darma.
2. Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora.
3. Dr. Trisninawati, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan karya akhir ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan waktu dan pengetahuan yang penulis miliki. Dengan besar hati penulis menerima segala bentuk kritik dan masukan untuk memperbaiki karya akhir ini. Penulis berharap karya akhir ini dapat memberikan manfaat untuk kita semua.

Penulis

Cici Rizki Oktaviani
Nim. 191510035

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori <i>Service Dominant Logic</i>	10
2.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	11
2.1.3 <i>Customer Retention</i>	12
2.1.4 <i>Customer Engagement</i>	13
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	13
2.2.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Customer Retention</i>	13
2.2.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Customer Engagement</i>	14
2.4 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Customer Retention</i>	14
2.3 Penelitian Terdahulu	14
2.4 Kerangka Berpikir.....	17
2.5 Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain dan Objek Penelitian.....	19
3.2 Jenis dan Sumber data.....	19
3.3 Populasi dan Sampel	20

3.3.1	Populasi	20
3.3.2	Sampel.....	21
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	21
3.4.1	Variabel Penelitian.....	21
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	22
3.5	Teknik Analisa.....	23
3.5.1	Analisis <i>Partial Least Square</i>	24
3.5.2	Uji Hipotesis.....	28
3.5.3	Efek Mediasi.....	29
	BAB IV PEMBAHASAN	30
4.1	Karakteristik Responden	30
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah <i>Checkout</i>	32
4.2	Hasil dan Pembahasan Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	33
4.2.1	Deskripsi Variabel <i>Social Media Marketing</i>	34
4.2.2	Deskripsi Variabel <i>Customer Engagement</i>	36
4.2.3	Deskripsi Variabel <i>Customer Retention</i>	38
4.2.4	Kesimpulan Deskriptif Variabel	41
4.3	Hasil Analisis Model Pengukuran.....	42
4.4	Hasil Analisis Model Struktural (Inner Model)	48
4.5	Efek Mediasi	51
4.6	Pembahasan	51
4.6.1	<i>Social Media Marketing</i> Berpengaruh terhadap <i>Customer Retention</i>	51
4.6.2	<i>Social Media Marketing</i> Berpengaruh Terhadap <i>Customer Engagement</i> .	52
4.6.3	<i>Customer Engagement</i> Berpengaruh terhadap <i>Customer Retention</i>	53
4.6.4	<i>Social Media Marketing</i> Berpengaruh terhadap <i>Customer Retention</i> Dimediasi oleh <i>Customer Engagement</i>	54
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran.....	56
	DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Lima E-Commerce Terbesar di Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	18
Gambar 4.1 Model Pengukuran Awal	39
Gambar 4.2 Revisi Mode Pengukuran Awal	41
Gambar 4.3 Pengujian Hipotesis Pada Model Struktural	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey, 2023.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Ukuran Skala <i>Likert</i>	20
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	22
Tabel 3.3 Ringkasan <i>Rule Of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran Reflektif	26
Tabel 3.4 Ringkasan Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	27
Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.2 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 4.3 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
Tabel 4.4 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah <i>Checkout</i>	32
Tabel 4.5 Kategori Capaian Target Responden	33
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel <i>Social Media Marketing</i>	34
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel <i>Customer Eangagement</i>	35
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel <i>Customer Retention</i>	36
Tabel 4.9 Rata-rata Deskriptif Variabel	41
Tabel 4.10 <i>Rule Of Thumb</i> Validitas dan Reliabilitas Infikator Reflektif	42
Tabel 4.11 Nilai <i>Outer Loading</i> Model Pengukuran Awal	43
Tabel 4.12 Nilai <i>Outer Loading</i> Revisi Model Pengukuran	45
Tabel 4.13 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> dan AVE	45
Tabel 4.14 Nilai Korelasi antarKonstruk	46
Tabel 4.15 Nilai <i>Cross Loading</i>	47
Tabel 4.16 Nilai <i>R-square</i>	48
Tabel 4.17 Nilai <i>F-square</i>	49
Tabel 4.18 Nilai <i>Path Coeffecients</i> , <i>T-statistics</i> , <i>P-value</i>	49
Tabel 4.19 <i>Effect Size upsilon (V)</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Pengajuan Judul
Lampiran 2 Surat Keterangan Lulus Seminar Hasil
Lampiran 3 Sk Pembimbing
Lampiran 4 Lembar Konsultasi
Lampiran 5 Lembar Pengesahan Artikel
Lampiran 6 Lembar Perbaikan Laporan Seminar Hasil
Lampiran 7 Lembar Turnitin
Lampiran 8 Kuesioner

