

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN SOCIAL MEDIA MARKETING
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIMEDIASI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TIKTOK SHOP**



KARYA AKHIR

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

Disusun oleh:

Maria Ernita Situmorang

201510091

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

2024

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN SOCIAL MEDIA MARKETING
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIMEDIASI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TIKTOK SHOP**

KARYA AKHIR

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

Maria Ernita Situmorang

201510091

Menyetujui

Palembang, 04 September 2024

Fakultas Sosial Humaniora

Universitas Bina Darma

Pembimbing



Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M

Dekan




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

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Judul Karya Akhir: "Pengaruh Brand Image Dan Social Media Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dimediasi Keputusan Pembelian Pada Tiktok Shop"

Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal 23 Agustus 2024 dan dinyatakan sudah memenuhi syarat untuk diterima.

KOMISI PENGUJI

- | | | |
|----------------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M | Ketua penguji | () |
| 2. Drs Mukran Roni, M.B.A | Anggota Penguji 1 | () |
| 3. Wiwin Agustian, S.E., M.Si | Anggota Penguji 2 | () |

Palembang, 04 September 2024

Program Studi Manajemen

Fakultas Sosial Humaniora

Universitas Bina Darma

Ketua Program Studi


Universitas Bina Darma
Fakultas Sosial Humaniora

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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maria Ernita Situmorang

NIM : 201510091

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau diperguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan, penelitian saya sendiri dengan arahan tim pembimbing.
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat karya dan pendapat yang jelas ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukan kedalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan ini dicek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggah ke internet, sehingga dapat diakses public secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan bersungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

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

Palembang, 04 September 2024
Yang membuat pernyataan



Maria Ernita Situmorang
NIM 201510091

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* dan *Social Media Marketing* terhadap kepuasan konsumen, dengan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi, pada *platform* TikTok Shop, sampel penelitian ini adalah 100 pengguna aktif TikTok Shop. Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana kedua variabel ini memengaruhi kepuasan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) SmartPLS untuk menguji hubungan antar variabel, data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *social media marketing* tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dimediasi keputusan pembelian, *social media marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dimediasi keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Social Media Marketing*, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian, Tiktok Shop

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Brand Image and Social Media Marketing on customer satisfaction, with purchasing decisions as a mediating variable, on the TikTok Shop platform, the sample of this study were 100 active TikTok Shop users. The problem at hand is how these two variables affect customer satisfaction both directly and indirectly, the method used is quantitative method with SmartPLS Structural Equation Modeling (SEM) analysis technique to test the relationship between variables, the data used are primary and secondary data. The results showed that brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction, social media marketing has no and insignificant effect on customer satisfaction, brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction mediated by purchasing decisions, social media marketing has a positive and significant effect on customer satisfaction mediated by purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Social Media Marketing, Customer Satisfaction, Purchase Decision, Tiktok Shop*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- ❖ **“Jangan Kasih Titik Di Hidup Mu Kalau Tuhan Sendiri Masih Kasih Koma. (Ps. Raditya Oloan)”**
- ❖ **“Karena Masa Depan Sungguh Ada Dan Harapan Mu Tidak Akan Hilang (Amsal 23:18)”**
- ❖ **“Bersukacitalah Dalam Pengharapan, Sabarlah Dalam Kesusahan, Dan Bertekunlah Dalam Doa. (Roma 12:12)”**

Ku persembahkan kepada :

- ❖ **Kedua Orang Tua Saya Yang Tercinta**
- ❖ **Kakak dan Adik Ku Tersayang**
- ❖ **Sahabat dan Teman-teman Seperjuangan**
- ❖ **Almamater Universitas Bina Darma**

RIWAYAT HIDUP



Nama : Maria Ernita Situmorang
Nama Panggilan : Maria
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 28 Mei 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Kristen
Alama : Desa Sido Mulyo, Kec. Tungkal Jaya, Kab. Musi Banyuasin
Alamat Email : 201510091@student.binadarma.ac.id
Telpon/No Hp : 082282253467

Latar Belakang Pendidikan

Pendidikan Formal

- SD Negeri 3 Sumber Harum (2008-2014)
- SMP Negeri 1 Tungkal Jaya (2014-2017)
- SMA Negeri 2 Tungkal Jaya (2017-2020)
- Universitas Bina Darma Palembang (2020-2024)

Pendidikan Non Formal

- Organisasi MABIDAR (Mapala Bina Darma) (2021-2024)
- Organisasi PMKK (Persekutuan Mahasiswa Kristen dan Katolik) (2021-2024)
- Pelatihan Table Manner di Hotel Santika Radial (2022)
- Program Magang MBKM (Mahasiswa Belajar Kampus Merdeka) di Rumah Sakit Siloam Sriwijaya Palembang (2023)
- Program KKNT MBKM (Mahasiswa Belajar Kampus Merdeka) di Desa Ibul Besar 1 (2023)
- Pelatihan Program Career Coaching (2024)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dalam pengerjaan skripsi yang berjudul **“PENGARUH BRAND IMAGE DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIMEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TIKTOK SHOP”**. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Sarjana S1 pada program studi manajemen.

Dalam penyusunan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari beberapa pihak baik berupa doa, bimbingan, petunjuk dan saran, serta nasihat dari semua pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada:

- Tuhan Yesus Kristus atas segala Rahmat dan Karunia-Nya serta KasihNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik.
- Cinta pertama dan superhero ku Bapak Gomer Situmorang, bapak ku tercinta. Terimakasih sudah bekerja keras, berusaha dan mampu mengkuliahkan anak perempuan nya ini sampai gelar sarjana, yang dimana beliau tidak merasakan bangku perkuliahan dikarenakan ketidakmampuan ekonomi diwaktu kala itu. Terimakasih telah memenuhi segala kebutuhan penulis dan cinta kasih mu, serta doamu mu yang membuat penulis termotivasi dan semangat kuat dalam menghadapi kondisi apapun. Semoga bapak panjang umur dan sehat selalu serta bahagia selalu.
- Pintu surga ku Ibu Marince Hutasoit, ibu tercinta. Terimakasih telah menjadi ibu yang kuat di situasi apapun, kasih sayang dan cinta dari mu, serta doa mu yang tidak pernah putus membuat penulis untuk termotivasi dan mampu menyelesaikan studinya sampai gelar sarjana, dan semoga bisa menjadi perempuan hebat sepertimu. Semoga ibu panjang umur dan sehat selalu serta bahagia selalu.

- Prof. Dr. Sunda Ariana, M.Pd.,M.M. selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
- Nuzsep Almigo. S.Psi., Ph.D selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora.
- Dr. Trisninawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
- Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk dalam penyelesaian penulisan Skripsi ini.
- Dosen Universitas Bina Darma Palembang.
- Saudara-saudara kandung ku yang tercinta, yaitu kakak- kakak ku Anastasya Situmorang, Kristina Magdalena Situmorang. Dan adik-adik ku Rafael Candra Adi Saputra Situmorang, Sintia Margaret Situmorang, Noplin Situmorang, Steven Aristo Agatah Situmorang. Terimakasih atas senyuman dan kasih sayang kalian yang membuat penulis selalu semangat dan menjadi salah satu alasan penulis bertahan sampai sekarang.
- Sahabat ku Jenni Cariyati Simanungkalit yang sudah menemani serta sabar dalam menghadapi penulis di mulai dari SD, SMP, SMA sampai Kuliah bareng terus, semoga persahabatan kita sampai kita tua.
- Teman-teman ku cewek-cewek DPH Mabidar Antika, Jenni Cariyati Simanungkalit, Apria Wulandari, Novela sapitri, Ayu Widiastuti.
- Teman-teman kosan ku Maria Paulin Sianturi, Agnes Aristi Siriabbangan, Tiara Eka Ardhini, Daniel Adriano Tambunan.
- Teman-teman KKN ku Riska Amelia, Putri Amalia, Sarmila Maharani, Putri Hawa.
- Seluruh teman-teman seperjuangan almamater S1 Manajemen.
- Organisasi Mahasiswa Pecinta Alam Universitas Bina Darma yang telah memberikan banyak Pelajaran-pelajaran yang tidak ada di bangku kuliah.
- Organisasi Kristen Katolik Universitas Bina Darma yang telah mengajarkan Mahasiswa yang beragama Kristen Katolik untuk

membangun iman rohani dan kasih, serta menciptakan kekeluargaan yang baik.

- Terakhir untuk diri saya sendiri Maria Ernita Situmorang. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih telah kuat dan bertahan sejauh ini dan tidak memilih untuk menyerah, serta menikmati setiap prosesnya yang terbilang tidak mudah, yang dimana selalu merasa baik-baik saja padahal aslinya berantakan. Terimakasih telah bertahan.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan laporan Skripsi ini. Dan penulis mengharapkan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca umumnya. Demikian yang dapat penulis sampaikan, saya ucapkan terima kasih.

Palembang, 29 Agustus 2024

Penulis,

Maria Ernita Situmorang

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------------------|-----|
| HALAMAN PENGESAHAN | i |
| HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI | ii |
| SURAT PERNYATAAN | iii |
| ABSTRAK | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | vi |
| RIWAYAT HIDUP | vii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian | 9 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Landasan Teori | 11 |
| 2.1.1 Theory Of Planned Behavior (TPB) | 11 |
| 2.1.2 Pengertian <i>Brand Image</i> | 13 |
| 2.1.3 Social Media Marketing | 15 |
| 2.1.4 Kepuasan Konsumen | 17 |

| | |
|--------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.5 Keputusan Pembelian | 19 |
| 2.1.6 Penelitian Terdahulu | 24 |
| 2.1.7 Hubungan Antar Variabel | 25 |
| 2.1.8 Kerangka Berpikir | 30 |
| 2.1.9 Hipotesis | 30 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 32 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 32 |
| 3.2 Objek dan Subjek Penelitian | 32 |
| 3.3 Operasional Variabel | 32 |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data | 34 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 35 |
| 3.5.1 Populasi | 35 |
| 3.5.2 Sampel | 36 |
| 3.6 Metode Analisis Data | 37 |
| 3.6.1 Analisis Partial Least Square..... | 38 |
| 3.6.2 Outer Model (Model Pengukuran) | 40 |
| 3.6.3 Inner Model (Struktural Model) | 43 |
| 3.7 Hipotesis | 44 |
| 3.8 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 45 |
| 3.8.1 Definisi Operasional | 45 |
| 3.8.2 Pengukuran Variabel | 47 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHSAN | 48 |
| 4.1 Deskripsi Data Responden | 48 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 49 |
| 4.1.2 Deskripsi Berdasarkan Usia | 51 |
| 4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 52 |
| 4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian | 54 |
| 4.2.1 Analisis Variabel <i>Brand Image</i> (X1) | 55 |
| 4.2.2 Analisis Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X2) | 56 |
| 4.2.3 Analisis Variabel Kepuasan Konsumen (Y) | 58 |
| 4.2.4 Analisis Variabel Keputusan Pembelian (Z) | 61 |
| 4.3 Evaluasi Model | 63 |
| 4.3.1 <i>Outer Model</i> | 63 |
| 4.3.2 Uji <i>Convergent validity (Outer Loading)</i> | 67 |
| 4.3.3 Uji Validitas Menggunakan AVE (<i>Discriminant Validity</i>) | 69 |
| 4.3.4 Uji Composite Reliability | 72 |
| 4.3.5 Uji Asumsi Klasik | 73 |
| 4.3.6 Uji <i>Inner Model</i> | 75 |
| 4.3.7 Uji Hipotesis | 78 |
| 4.4 Hasil Pembahasan | 82 |
| BAB V..... | 87 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 87 |
| 5.1 Kesimpulan | 87 |
| 5.2 Saran | 88 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 90 |
| DAFTAR LAMPIRAN | 94 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 24 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel | 32 |
| Tabel 4.1 Rekapitulasi Variabel <i>Brand Image</i> (X1) | 54 |
| Tabel 4.2 Rekapitulasi Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X2) | 55 |
| Tabel 4.3 Variabel Kepuasan Konsumen (Y) | 58 |
| Tabel 4.4 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian (Z) | 61 |
| Tabel 4.5 Outer Model Sebelum Outlier | 64 |
| Tabel 4.6 Outer Model Setelah Outlier | 67 |
| Tabel 4.7 Uji <i>Convergent Validity (Outer Loading)</i> | 68 |
| Tabel 4.8 <i>Discriminant Validity</i> | 69 |
| Tabel 4.9 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) | 71 |
| Tabel 4.10 <i>Composite Reability</i> | 72 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas | 74 |
| Tabel 4.12 <i>R Square</i> | 76 |
| Tabel 4.13 <i>F Square</i> | 77 |
| Tabel 4.14 <i>Path Coeffisient</i> | 80 |
| Tabel 4.15 <i>Indirect Effect</i> | 81 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.1 Grafik Jenis Kelamin Responden | 50 |
| Gambar 4.2 Grafik Berdasarkan Usia Responden | 51 |
| Gambar 4.3 Grafik Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 52 |
| Gambar 4.4 Hasil Outer Model Sebelum <i>Outlier</i> | 65 |
| Gambar 4.5 Hasil Outer Model Setelah <i>Outlier</i> | 66 |
| Gambar 4.6 Grafik AVE (<i>Average Variance Extracted</i>) | 72 |
| Gambar 4.7 Grafik <i>Composite Reability</i> | 73 |
| Gambar 4.8 Analisis Inner Weight | 79 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Surat pengajuan judul
- Lampiran 3 : Lembar Konsultasi
- Lampiran 4 : Surat Perbaikan Seminar Proposal
- Lampiran 5 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 6 : Surat Perbaikan Seminar Hasil
- Lampiran 7 : Surat Keterangan Lulus Seminar Hasil
- Lampiran 8 : Sk Pembimbing
- Lampiran 9 : Surat Kelayakan Penjilidan
- Lampiran 10 : Hasil Cek Turnitin