

**PENGARUH KREDIBILITAS MEDIA SOSIAL
TERHADAP TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN
(Analisis Jalur Pengaruh Kredibilitas Akun Instagram TakoFeitoDeMao
Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh
ANTONIA MEME
110904404 / kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
TAHUN 2015**

HALAMAN PERSETUJUAN

**Pengaruh Kredibilitas Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen
(Analisis Jalur Pengaruh Kredibilitas Akun Instagram TakoFeitoDeMao
Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

ANTONIA MEME

No. Mhs : 04404 / KOM

disetujui oleh :

F. Anita Herawati, SIP, M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2015

HALAMAN PENGESAHAN

**Pengaruh Kredibilitas Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen
(Analisis Jalur Pengaruh Kredibilitas Akun Instagram TakoFeitoDeMao
Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen)**

ANTONIA MEME

No. Mhs : 04404 / KOM

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : Senin, 12 Oktober 2015
Pukul : 11.00 WIB
Tempat : Ruang Ujian 2

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

F. Anita Herawati, SIP, M.Si.

Penguji I

Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos.,M.A.

Penguji II



[Handwritten signature of Agus Putranto]

[Handwritten signature of Anita Herawati]

[Handwritten signature of Desideria Cempaka Wijaya Murti]

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Antonia Meme
Nomor Mahasiswa : 110904404
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Pengaruh Kredibilitas Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen (Analisis Jalur Pengaruh Kredibilitas Akun Instagram TakoFeitoDeMao Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen).

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 21 Oktober 2015

Saya yang menyatakan



Antonia Meme

ANTONIA MEME

No. Mhsw: 04404 / KOM

**PENGARUH KREDIBILITAS MEDIA SOSIAL
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

**(Analisis Jalur Pengaruh Kredibilitas Akun Instagram TakoFeitoDeMao
Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas akun instagram Takofeitodemaos terhadap tingkat loyalitas. Melalui aspek-aspek kredibilitas akun instagram (*expertise, trustworthiness, attractiveness*) dapat membangun pengalaman positif konsumen (*customer experience*) terhadap Takofeitodemaos yang bertujuan untuk menaikkan penjualan. Pada saat konsumen telah melakukan pembelian produk Takofeitodemaos akan mengarah pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akhirnya berdampak pada loyalitas konsumen. Teori yang digunakan untuk melihat pengaruh antar variabel dalam penelitian ini adalah *source credibility theory, customer experience, brand satisfaction, dan brand loyalty*.

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik *probability sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi responden. Populasinya adalah jumlah *followers account* instagram Takofeitodemaos sebanyak 17.400 sehingga sampel yang didapatkan sebanyak 391 responden. Teknik analisa data menggunakan *path analysis* yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel atau lebih. Sehingga dapat diketahui hubungan variabel yang signifikan dan tidak signifikan.

Hasil penelitian menghasilkan model akhir dimana terdapat dua hubungan variabel yang tidak signifikan, yaitu: variabel kredibilitas akun instagram Takofeitodemaos terhadap variabel *brand satisfaction* dan variabel *customer experience* terhadap variabel tingkat loyalitas konsumen. Berdasarkan pengujian model dihasilkan bahwa model akhir tidak lebih dari hipotesis model untuk menjadi model fit. Hasil dari *total effect* dihasilkan bahwa untuk membentuk loyalitas konsumen diperlukan peningkatan faktor kredibilitas akun instagram, *customer experience*, dan *brand satisfaction*.

Dapat disimpulkan, ada pengaruh kredibilitas akun instagram Takofeitodemaos terhadap tingkat loyalitas konsumen. Hubungan langsung kedua variabel tersebut signifikan dan kontribusi variabel yang dihasilkan sebesar 0,210 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Kata Kunci: Kredibilitas, Customer Experience, Brand satisfaction, Brand Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur bagi Tuhan Yesus Kristus atas segala rahmat, berkat, dan penyertaan-Nya di setiap waktu dan di setiap langkah hidup penulis dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul **Pengaruh Kredibilitas Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen (Analisis Jalur Pengaruh Kredibilitas Akun Instagram TakoFeitoDeMao Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen)**. Selama proses pelaksanaan menyelesaikan skripsi, penulis mendapatkan banyak kesempatan, pengalaman, dan pengetahuan baru yang membantu penyelesaian penulisan laporan skripsi.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang berperan dalam mendukung dan membantu lancarnya proses skripsi yang telah penulis laksanakan. Pihak-pihak tersebut yaitu:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu menuntun, menyertai, dan menolong di setiap langkah penulis dari awal akan mengajukan proposal skripsi hingga menyelesaikan laporan skripsi.
2. Ayah Thomas Mola, Ibu Katarina Sujiyem, dan Kakak Bergitta Fibriana Mogi selaku orang tua dan kakak tersayang yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan yang tiada hentinya kepada penulis.
3. Ibu F. Anita Herawati selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak saran, masukan, dan kritik yang membangun demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Agus dan Ibu Desi selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun demi perbaikan laporan skripsi ini.
5. Mbak Dita selaku *owner* Takofeitodemaos yang sangat baik mau memberikan kesempatan dan bantuan kepada penulis untuk menyebarkan

kuisisioner online melalui instagram Takofeitodema0 dan bertukar ide konsep agar *followers* tertarik untuk mengisi kuisisioner.

6. #10 yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, kadang-kadang juga omelan, bantuan untuk memasukkan data ke excel, mau direpotkan diajak kesana-sini, dan segala bantuan lainnya.
7. Sahabat-sahabat saya di Malang (Nechon, Acul, Thepy, Wina, Mayang, Ester, Audy, Tenjik, Ana) yang mulai lulus dan wisuda satu persatu yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan biar saya cepat lulus dan wisuda.
8. Teman-teman kampus yang juga selalu memberikan semangat dan pacuan biar cepat pendadaran.
9. *Followers* instagram Takofeitodema0 yang sudah bersedia untuk mengisi kuisisioner online.
10. Pihak-pihak yang telah membantu saya yang mungkin tidak dapat disebutkan satu persatu di halaman ini. Terima kasih untuk segala bantuannya.

Laporan skripsi ini jauh dari kata sempurna maka dari itu diperlukan kritik dan saran yang membangun.

Salam Hormat,

Antonia Meme

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan KKL	11
D. Manfaat KKL	12
E. Kerangka Teori.....	12
F. Kerangka Konsep	29
G. Definisi Operasional.....	35
H. Hipotesis.....	50
I. Metode Penelitian.....	51
1. Metode.....	51
2. Sampling	52

3. Teknik Pengumpulan Data.....	54
4. Teknik Analisa Data.....	55

BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah Takofeitodema.....	59
B. Sistem Kerja Akun Instagram Takofeitodema.....	61
C. Logo Takofeitodema.....	62
D. Produk Takofeitodema.....	63
E. Foto Produk Takofeitodema.....	64
F. Hubungan Dengan Konsumen.....	66

BAB III ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

A. Pengujian Validitas.....	68
B. Pengujian Reliabilitas.....	71
C. Distribusi Frekuensi.....	73
D. Analisis Jalur (Path Analysis).....	87
E. Pembahasan.....	104

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	109
B. Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA.....	111
----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	115
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

1 Tingkat Validitas Item Pertanyaan Variabel Kredibilitas Akun Instagram Takofeitodemaο.....	69
2 Tingkat Validitas Item Pertanyaan Variabel <i>Customer Experience</i>	70
3 Tingkat Validitas Item Pertanyaan Variabel <i>Brand Satisfaction</i>	71
4 Tingkat Validitas Item Pertanyaan Variabel Tingkat Loyalitas Konsumen ...	71
5 Uji Reliabilitas	72
6 Distribusi Frekuensi Kredibilitas Akun Instagram Takofeitodemaο	74
7 Distribusi Frekuensi Kredibilitas (Total Jawaban) Akun Instagram Takofeitodemaο.....	77
8 Distribusi Frekuensi <i>Customer Experience</i>	78
9 Distribusi Frekuensi <i>Customer Experience</i> (Total Jawaban).....	82
10 Distribusi Frekuensi <i>Brand Satisfaction</i>	83
11 Distribusi Frekuensi <i>Brand Satisfaction</i> (Total Jawaban)	84
12 Distribusi Frekuensi Tingkat Loyalitas Konsumen.....	85
13 Distribusi Frekuensi Tingkat Loyalitas Konsumen.....	
(Total Jawaban).....	86
14 Uji Regresi Pertama	89
15 Model Summary dan Anova Uji Regresi Pertama	89
16 Uji Regresi Kedua	90
17 Model Summary dan Anova Uji Regresi Kedua.....	91

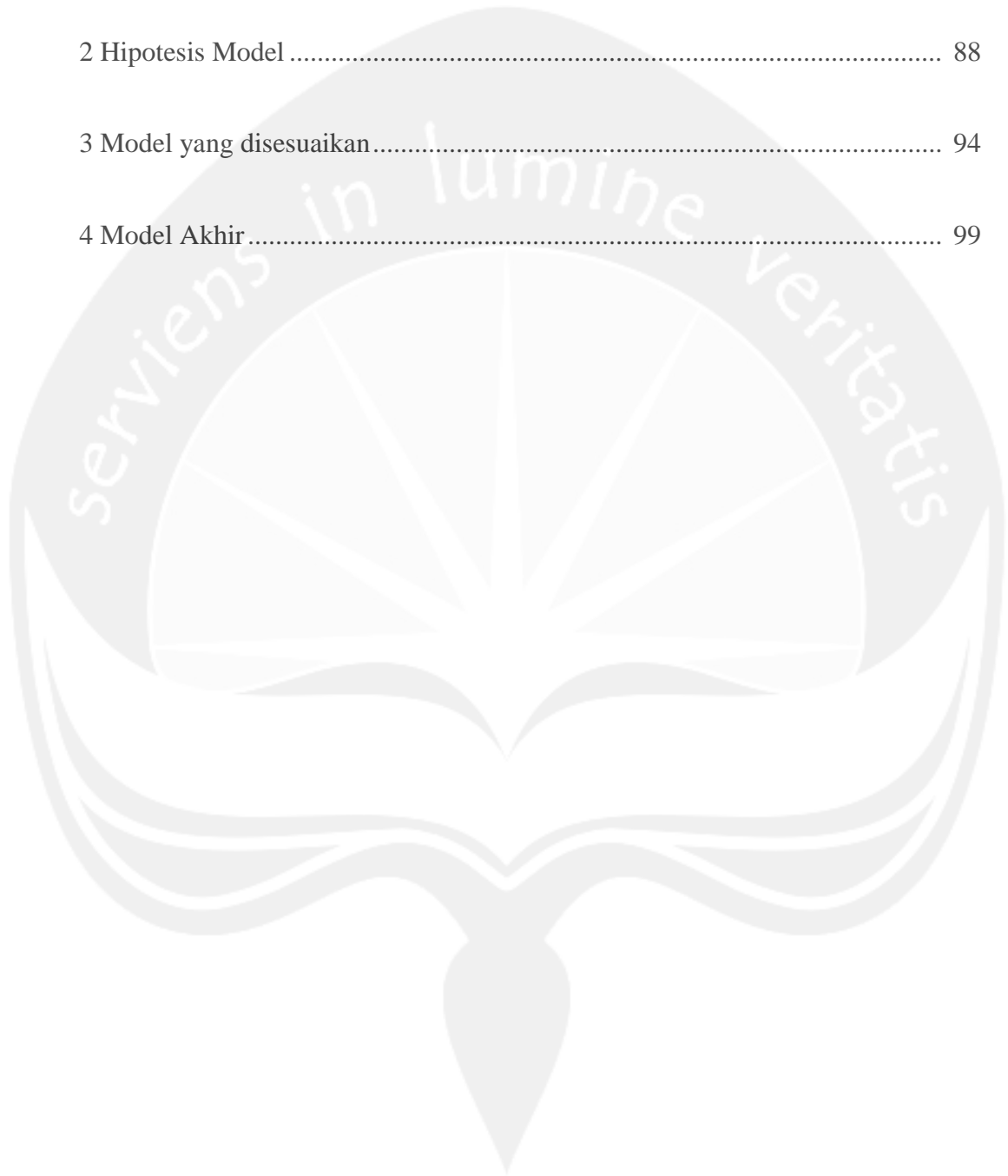
18 Uji Regresi Ketiga.....	92
19 Model Summary dan Anova Uji Regresi Ketiga	93
20 Uji Regresi Ulang Pertama.....	96
21 Model Summary dan Anova Uji Regresi Ulang Pertama	97
22 Uji Regresi Ulang Kedua	97
23 Model Summary dan Anova Uji Regresi Ulang Kedua.....	98
24 Nilai R ² Hipotesis Model dan Model Akhir.....	100
25.a Pembentukan Variabel <i>Customer Experience</i>	102
25.b Pembentukan Variabel <i>Brand Satisfaction</i>	102
25.c Pembentukan Variabel Tingkat Loyalitas Konsumen.....	103

DAFTAR GAMBAR

1 Infografis Penggunaan Instagram	5
2 <i>Homepage</i> AkunInstagram Takofeitodemaο	7
3. Foto Tas <i>Handmade</i> dan Keterangan Tas	8
4 Informasi Gangguang <i>Contact Person</i>	8
5 Top 5 Jenis Aplikasi Bisnis.....	10
6 Penggunaan Aplikasi.....	11
7 AkunInstagram Takofeitodemaο.....	60
8 OOTD Konsumen Memakai Tas <i>Handmade</i> Takofeitodemaο.....	61
9 Logo Takofeitodemaο	62
10 Contoh Tas <i>Handmade</i> Takofeitodemaο	63
11 Informasi Foto Tas <i>Handmade</i> Takofeitodemaο	65
12 Foto Tas <i>Handmade</i> Takofeitodemaο Dalam Bentuk <i>Collage</i>	66

DAFTAR BAGAN

1 Skema Hubungan Antar Variabel	35
2 Hipotesis Model	88
3 Model yang disesuaikan.....	94
4 Model Akhir.....	99



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Kuisisioner Online

Lampiran 3 Data Asli Jawaban Responden

Lampiran 4 SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 SPSS Distribusi Frekuensi Masing-Masing Variabel

Lampiran 6 SPSS Distribusi Frekuensi Per Responden

Lampiran 7 SPSS Analisis Regresi

