



**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *BRAND TRUST* DAN
CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
STUDI PADA PENGGUNA GOJEK**

TESIS

Oleh :

MOCHAMMAD RIFQI FIRMANSYAH

202101021

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2023

PENGESAHAN TESIS

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *BRAND TRUST* DAN
CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
STUDI PADA PENGGUNA GOJEK**

Oleh :

MOCHAMMAD RIFQI FIRMANSYAH

NIM. 202101021

Telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Tesis Program
Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria
Kudus

Tanggal : 25 Agustus 2023

Pembimbing 1



Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH., S.Pd., MM.

NIDN. 0026065516

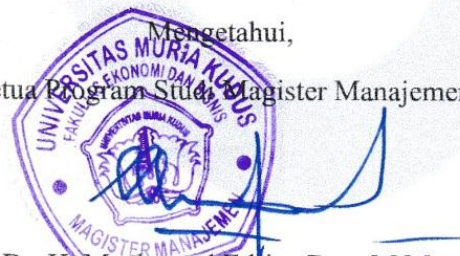
Pembimbing 2



Sutono, SE., MM., Ph.D.

NIDN. 0626017003

Mengetahui,
Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.

NIDN. 0618066201

IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

JUDUL TESIS :

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *BRAND TRUST* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING STUDI PADA PENGGUNA GOJEK

Nama Mahasiswa : Mochammad Rifqi Firmansyah
NIM : 202101021
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal Ujian : 25 Agustus 2023

TIM PEMBIMBING

Ketua : Dr. Drs. Ag. Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M.

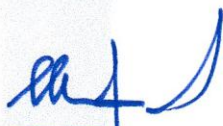
Anggota : Sutono, S.E., M.M., Ph.D.


(.....)

(.....)

TIM DOSEN PENGUJI

Dosen Penguji : Dr. H. Mochamad Edris., Drs., M.M


(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar -
benarnya bahwa di dalam Naskah Tesis dengan judul :

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING, SERVICE QUALITY*
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN BRAND TRUST DAN
CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
STUDI PADA PENGGUNA GOJEK**

Bukan karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk
memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, tidak terdapat karya atau
pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara
tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar
pustaka. Karya ilmiah ini milik saya dan tanggung jawab sepenuhnya berada pada
saya.

Kudus, 25 Agustus 2023

Penulis,



Mochammad Rifqi Firmansyah

NIM. 202101021

RIWAYAT HIDUP

Mochammad Rifqi Firmansyah, lahir di Kudus pada tanggal 11 Juni 1999, putra dari Bapak Supaat Surino dan Ibu Nur Hidayati. Alamat Desa Gondoharum RT 03/01, Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus. Riwayat Pendidikan : SDN Gondoharum 02, SMPN 1 Jekulo, SMAN 1 Jekulo, Studi S-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, lulus tahun 2021.



Kudus, 25 Agustus 2023

Penulis,

Mochammad Rifqi Firmansyah

NIM. 202101021

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin studi di Magister Manajemen Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membantu selama menyelesaikan Pendidikan.
3. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah memberikan arahan dalam pembuatan tesis ini.
4. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan semangat dan bimbingan hingga tesis ini dapat diselesaikan.
5. Sutono, S.E., M.M., Ph.D. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan semangat dan bimbingan hingga tesis ini dapat diselesaikan.
6. Para Dosen dan Keluarga besar Program Studi Magister Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah membantu kelancaran studi.
7. Ibunda dan Ayahanda tercinta serta keluarga, yang telah memberikan semangat, dukungan dan dorongan yang kuat, serta kebijaksanaan dan do'a.
8. Rekan-rekan penulis yang telah banyak memberikan bantuan ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan tesis ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Kudus, 25 Agustus 2023

Penulis,

Mochammad Rifqi Firmansyah

NIM. 202101021

ABSTRAK

Firmansyah, Rifqi, Mochammad. 2023. “Pengaruh *Social Media Marketing*, *Service Quality*, terhadap *Customer Loyalty* dengan *Brand Trust* dan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening Studi Pada Pengguna Gojek”. Tesis Program Studi Manajemen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Marketing*, *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty*, dengan *Brand Trust* dan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening. Variabel dalam penelitian ini adalah *Social Media Marketing*, *Service Quality*, *Brand Trust*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, berdasarkan tingkat penjelasan, makajenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif atau penelitian yang menguji pengaruh antar variabel. Jumlah Sampel yang di ambil 180 responden dari Populasi Pengguna Gojek di Indonesia, Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data variabel dengan menggunakan kuesioner dan disebarikan melalui Google Form. Analisis data menggunakan SEM pada software AMOS. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut ; *Social Media Marketing* tidak berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*, *Service Quality* tidak berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*, *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Trust*, *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Trust*, *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*, *Brand Trust* mampu memediasi penuh antara *Social Media Marketing* terhadap *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction* mampu memediasi penuh antara *Social Media Marketing* terhadap *Customer Loyalty*, *Brand Trust* mampu memediasi penuh antara *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction* mampu memediasi penuh antara *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty*.

Kata Kunci : *Social Media Marketing*, *Service Quality*, *Brand Trust*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.

ABSTRACT

Firmansyah, Rifqi, Mochammad. 2023. "The Influence of Social Media Marketing, Service Quality, on Customer Loyalty with Brand Trust and Customer Satisfaction as Intervening Variables: A Study on Gojek Users". Thesis of Management Study Program.

This study aims to determine the influence of Social Media Marketing, Service Quality on Customer Loyalty, with Brand Trust and Customer Satisfaction as intervening variables. The variables in this study are Social Media Marketing, Service Quality, Brand Trust, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. This research uses a quantitative approach, based on the level of explanation, thus making it an associative research or a study that tests the influence between variables. The sample size consists of 180 respondents taken from the population of Gojek users in Indonesia, using purposive sampling technique. Data collection of variables was done using a questionnaire distributed through Google Form. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) in the AMOS software. The results of this study are as follows: Social Media Marketing does not have a significant influence on Customer Loyalty, Service Quality does not have a significant influence on Customer Loyalty, Social Media Marketing has a positive and significant influence on Brand Trust, Social Media Marketing has a positive and significant influence on Customer Satisfaction, Service Quality has a positive and significant influence on Brand Trust, Service Quality has a positive and significant influence on Customer Satisfaction, Brand Trust has a positive and significant influence on Customer Satisfaction, Brand Trust has a positive and significant influence on Customer Loyalty, Customer Satisfaction has a positive and significant influence on Customer Loyalty. Brand Trust fully mediates the relationship between Social Media Marketing and Customer Loyalty, Customer Satisfaction fully mediates the relationship between Social Media Marketing and Customer Loyalty, Brand Trust fully mediates the relationship between Service Quality and Customer Loyalty, and Customer Satisfaction fully mediates the relationship between Service Quality and Customer Loyalty.

Keywords : *Social Media Marketing, Service Quality, Brand Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyajikan tulisan tesis yang berjudul : Pengaruh *Social Media Marketing*, *Service Quality*, terhadap *Customer Loyalty*, dengan *Brand Trust* dan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening Studi Pada Pengguna Gojek.

Penelitian ini menyajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi *Social Media Marketing*, *Service Quality*, *Brand Trust*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*. Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasakan banyak kekurang tepatan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Kudus, 25 Agustus 2023

Penulis,

Mochammad Rifqi Firmansyah

NIM. 202101021

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	15
BAB III KERANGKAN KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	33
3.1. KERANGKA KONSEPTUAL	33
3.2. Pengaruh Antar Variabel.....	33
3.3 Perumusan Hipotesis.....	40
BAB IV METODE PENELITIAN	41
4.1 Pendekatan Penelitian	41
4.2 Tempat dan Waktu Penelitian	41
4.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
4.4 Populasi dan Sampel	48
4.5 Jenis dan Sumber Data.....	49
4.6 Metode Pengumpulan Data	49
4.7 Uji Instrumen.....	50
4.8 Asumsi SEM.....	51
4.9 Analisis Data.....	51
4.10. Uji Hipotesis	56

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
5.1 Hasil Penelitian	58
5.2 Pembahasan	86
BAB VI PENUTUP	102
6.1 Simpulan.....	102
6.2 Implikasi.....	103
DAFTAR PUSTAKA	106



DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1 Deskripsi Responden	58
Tabel 5. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili	59
Tabel 5. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 5. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Platform Media Sosial	60
Tabel 5. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan.....	61
Tabel 5. 6 Deskripsi Social Media Marketing.....	62
Tabel 5. 7 Deskripsi Service Quality.....	63
Tabel 5. 8 Deskripsi Variabel Brand Trust	63
Tabel 5. 9 Deskripsi Variabel Customer Satisfaction.....	64
Tabel 5. 10 Deskripsi Variabel Customer Loyalty	65
Tabel 5. 11 Validitas Konvergen Variabel Social Media Marketing	67
Tabel 5. 12 Validitas Konvergen Variabel Service Quality.....	68
Tabel 5. 13 Validitas Konvergen Variabel Brand Trust	68
Tabel 5. 14 Validitas Konvergen Variabel Customer Satisfaction.....	69
Tabel 5. 15 Validitas Konvergen Variabel Custome Loyalty	69
Tabel 5. 16 Validitas Konvergen Variabel Goodness of Fit	70
Tabel 5. 17 Pehitungan AVE.....	71
Tabel 5. 18 Perhitungan Discriminant Validity.....	72
Tabel 5. 19 Nilai Discriminant Validity.....	72
Tabel 5. 20 Construct Realibility (CR)	73
Tabel 5. 21 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 5. 22 Observations Farthest from The Centroid (Mahalanobis Distance) ..	75
Tabel 5. 23 Goodness of Fit Index Modification.....	76
Tabel 5. 24 Standardized Regrsson Weight	77
Tabel 5. 25 Square Multiple Correlations	78
Tabel 5. 26 Regrsson Weight	79
Tabel 5. 27 Hasil Uji Hipotesis.....	80
Tabel 5. 28 Analasis Intervening Melalui Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....	5
Gambar 1. 2.....	5
Gambar 4. 1.....	53
Gambar 5. 1.....	66

