



**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN KUALITAS
LAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SHOPEE YANG DIMEDIASI GAYA HIDUP
BELANJA
(STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MURIA
KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

SYAMSIDAR RUSTANTO

NIM. 202011226

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN KUALITAS
LAYANAN ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SHOPEE YANG DIMEDIASI GAYA HIDUP
BELANJA
(STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MURIA
KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:
SYAMSIDAR RUSTANTO
202011226

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN KUALITAS LAYANAN
ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHOPEE YANG
DIMEDIASI GAYA HIDUP BELANJA
(STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Syamsidar Rustanto
NIM : 202011226
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

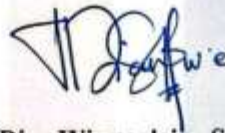
Kudus,

Pembimbing I



Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
NIDN 0630098401

Pembimbing II



Dian Wismar'ein, S.E., M.M
NIDN 0612127702

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
NIDN 0024037701

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN KUALITAS LAYANAN
ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHOPEE YANG
DIMEDIASI GAYA HIDUP BELANJA
(STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Syamsidar Rustanto
NIM : 202011226
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M. A.A.K.)
NIDN. 0630098401

Mengetahui,



(Dr. Ketati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Dian Wismar'cin, S.E., M.M.)
NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Jangan pernah merasa tertinggal, Setiap orang punya proses dan rezekinya masing-masing”

(Qs. Maryam : 4)

PERSEMBAHAN:

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Ayahku, cinta pertama dan panutanku. Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau bekerja keras serta mendidik, memberi motivasi serta dukungan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan karya skripsi ini.
2. Ibuku, pintu surgaku. Beliau berperan penting dalam proses ini, beliau tiada hentinya memberi semangat, dukungan serta do'a yang selalu mengiringi langkah sehingga penulis dapat menyelesaikan program studi sampai selesai.
3. Keluargaku selain orang tuaku. Beliau adalah *support system* kedua setelah orang tuaku.
4. *My Best Patner*, Putri Paramita Dewi S.M . Terimakasih telah menjadi bagian awal dari perjalanan kuliah penulis hingga sekarang.
5. Teman-teman seperjuangan penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu membersamai penulis setiap waktu, membantu penulis dalam menyusun skripsi, dan selalu menghibur dikala sedih datang.

6. Kepada diri sendiri Syamsidar Rustanto (Penulis). Terimakasih banyak sudah bertahan sampai detik ini, sudah berusaha sabar, menahan ego, amarah, tetap semangat dan tidak putus asa atas pencapaian dalam menyelesaikan Skripsi ini meskipun banyak hal yang membuat penulis ingin putus asa disaat proses penyelesaian pencapaian ini.



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat serta karunia-Nya yang diberikan untuk kita semua. Tak lupa sholawat serta salam saya haturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW. Atas izin Allah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Yang diMediasi Gaya Hidup Belanja” (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muria Kudus)**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah syarat untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Selama proses penyusunan skripsi penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan selama penyusunan skripsi.
5. Dian Wismar'ain, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan selama proses

penyusunan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah berbagi ilmu pengetahuan maupun pengalaman selama perkuliahan berlangsung.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh Penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, Penulis memohon maaf dan menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun.

Kudus, 2025
Penulis

Syamsidar Rustanto
NIM. 202011226

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN KUALITAS LAYANAN
ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHOPEE YANG
DIMEDIASI GAYA HIDUP BELANJA
(STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

**Syamsidar Rustanto
202011226**

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.
Dosen Pembimbing 2 : Dian Wismar'ain, S.E., M.M.

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

ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh sosial media marketing dan kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan konsumen Shopee yang dimediasi gaya hidup belanja. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini yaitu berjumlah 135 responden. Dengan menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan SEM-AMOS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sosial media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan elektronik tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sosial media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup belanja. Kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup belanja. Gaya hidup belanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sosial media marketing terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa gaya hidup belanja tidak mampu menjadi variabel mediasi. Kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa gaya hidup belanja mampu menjadi variabel mediasi.

Kata kunci : Sosial Media Marketing, Kualitas Layanan Elektronik, Gaya Hidup Belanja, Kepuasan Konsumen.

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND ELECTRONIC
SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF SHOPEE
MEDIATED BY SHOPPING LIFESTYLE
(A STUDY ON FEB STUDENTS OF UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

**Syamsidar Rustanto
202011226**

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.
Dosen Pembimbing 2 : Dian Wismar'ain, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT**

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of social media marketing and electronic service quality on Shopee consumer satisfaction mediated by shopping lifestyle. The approach used in this study is a quantitative approach. The sample in this study was 135 respondents. Using probability sampling techniques with purposive sampling methods. The analysis tool in this study used SEM-AMOS 24. The results of this study show that social media marketing has a positive and significant effect on consumer satisfaction. The quality of electronic services does not affect consumer satisfaction. Social media marketing has a positive and significant effect on the shopping lifestyle. The quality of electronic services has a positive and significant effect on the shopping lifestyle. Shopping lifestyle has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Social media marketing towards consumer satisfaction shows that the shopping lifestyle is not able to be a mediation variable. The quality of electronic services to consumer satisfaction shows that the shopping lifestyle can be a mediating variable.

Keywords: Social Media Marketing, Electronic Service Quality, Shopping Lifestyle, ConsumerSatisfaction

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Grand Theory Of Planned Behavior (TPB)</i>	10
2.2 Perilaku Konsumen	11
2.3 Kepuasan Konsumen (Y).....	12
2.4 Gaya Hidup Belanja (Z).....	16
2.5 Sosial Media Marketing (X_1)	18
2.6 Kualitas Layanan Elektronik (X_2).....	21
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	25
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	31
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Rancangan Penelitian.....	36

3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.4	Populasi dan Sampel	40
3.5	Pengumpulan Data	42
3.6	Uji Instrumen Penelitian	42
3.7	Pengolahan Data.....	45
3.8	Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	53
4.2	Deskripsi Responden.....	54
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	56
4.4	Uji Instrumen Penelitian	59
4.5	Analisis Data	63
4.6	Analisis Full Model.....	69
4.7	Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4.8	Uji Hipotesis.....	72
4.9	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	74
4.10	Pembahasan	77
4.10.1	Sosial Media Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen.....	77
4.10.2	Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen	78
4.10.3	Sosial Media Marketing Terhadap Gaya Hidup Belanja	79
4.10.4	Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Gaya Hidup Belanja	81
4.10.5	Gaya Hidup Belanja Terhadap Kepuasan Konsumen	82
4.10.6	Sosial Media Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Gaya Hidup Belanja Sebagai Variabel Mediasi	84
4.10.7	Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Gaya Hidup Belanja Sebagai Variabel Mediasi	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran	86

DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN- LAMPIRAN	94



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Pengunjung <i>E-Commerce</i> Tahun 2022/2023	5
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert.....	42
Tabel 3. 2 <i>Goodness of Fit Index</i>	51
Tabel 4. 1 Presentase Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	55
Tabel 4. 2 Deskriptif Variabel Sosial Media Marketing	56
Tabel 4. 3 Deskriptif Variabel Kualitas Layanan Elektronik	57
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel Gaya Hidup Belanja	58
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	59
Tabel 4. 6 Uji Validitas	60
Tabel 4. 7 Average Variance Extracted.....	61
Tabel 4. 8 Uji Discriminant Validity.....	61
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas	62
Tabel 4. 10 Uji Normalitas.....	63
Tabel 4. 11 Outliers	64
Tabel 4. 12 Kriteria <i>Goodness Of Fit Index Full Measurement</i> Model Sebelum Perbaikan.....	65
Tabel 4. 13 Kriteria <i>Goodness Of Fit Index Full Measurements</i> Model Sesudah Perbaikan.....	67
Tabel 4. 14 Kriteria <i>Goodness Of Fit Index Full Measurements</i> Model Sesudah Perbaikan.....	68
Tabel 4. 15 Squared Multiple Correlation	71
Tabel 4. 16 Pengujian Hipotesis.....	72
Tabel 4. 17 Pengaruh Langsung Antar Variabel	75
Tabel 4. 18 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel	75
Tabel 4. 19 Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Rating & Review Kepuasan Konsumen Shopee	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
Gambar 4. 1 <i>Full Measurement Model</i> Sebelum Perbaikan	65
Gambar 4. 2 <i>Full Measurement Model</i> Sesudah Perbaikan 1	66
Gambar 4. 3 <i>Full Measurement Model</i> Sesudah Perbaikan 2	68
Gambar 4. 4 Analisis <i>Full Model</i>	69