

**TESIS**

**PERAN *TRUST* DALAM HUBUNGANNYA ANTARA PROMOSI  
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

***THE ROLE OF TRUST IN RELATIONSHIP BETWEEN  
SOCIAL MEDIA PROMOTION TO PURCHASE DECISIONS***



**Disusun Oleh :**

**ARUP WIKANA  
20171020015**

**PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2019**

**TESIS**

**PERAN *TRUST* DALAM HUBUNGANNYA ANTARA PROMOSI  
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

***THE ROLE OF TRUST IN RELATIONSHIP BETWEEN  
SOCIAL MEDIA PROMOTION TO PURCHASE DECISIONS***

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2  
Program Studi Magister Manajemen



**Diajukan Oleh:**  
**ARUP WIKANA**  
**20171020015**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2019**

**THE ROLE OF TRUST IN RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL  
MEDIA PROMOTION TO PURCHASE DECISIONS**

Diajukan Oleh:

**ARUP WIKANA**

**20171020015**

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I:

  
**Dr. Nuryakin, S.E., MM**

Tanggal, 2 November 2019

Pembimbing II:

  
**Dr. Dra. Arni Surwanti, M.Si**

Tanggal, 2 November 2019

**TESIS**

**PERAN *TRUST* DALAM HUBUNGANNYA ANTARA PROMOSI  
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

***THE ROLE OF TRUST IN RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL  
MEDIA PROMOTION TO PURCHASE DECISIONS***

Diajukan Oleh:

**ARUP WIKANA**

**20171020015**

**Telah Disetujui Oleh:**

Tesis ini telah dipertahankan dan disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Magister Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal, 2 November, 2019

Yang terdiri dari



**Dr. Susanto, SE., MS**

Ketua Tim Penguji



**Dr. Nuryakin, S.E., MM**

Anggota Tim Penguji

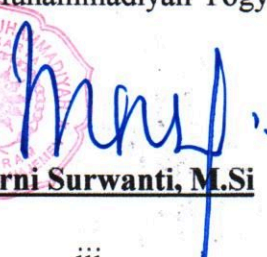


**Dr. Dra. Arni Surwanti, M.Si**

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Ketua Program Magister Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
**Dr. Arni Surwanti, M.Si**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Arup Wikana

Nomor Mahasiswa : 20171020015

Menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini milik orang lain dan digunakan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Yogyakarta, 2 November 2019  
Yang Membuat Pernyataan

Arup Wikana  
20171020015

## MOTTO

"Tuntutlah ilmu sejak dari buaian hingga liang kubur"

(Mahfudzot Kelas 1 KMI Gontor)

"Menuntut ilmu itu wajib atas setiap Muslim"

(HR. Ibnu Majah)

"Barangsiapa yang menempuh satu jalan untuk mendapatkan ilmu, maka Allah menudahkan baginya jalan menuju surga."

(HR. Muslim)

"Bagi siapa menempuh jalan untuk menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan jalannya ke surga. Sesungguhnya para malaikat meletakkan sayapnya (memayungkan sayapnya) kepada penuntut ilmu karena senang (rela) dengan yang ia tuntut"

(HR. Ibnu Majah)

"Barang siapa yang menghendaki kehidupan dunia maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa yang menghendaki kehidupan Akherat, maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki keduanya maka wajib baginya memiliki ilmu"

(HR. Tirmidzi)

"Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan"

(Surat Al-Mujadilah Ayat 11)

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, kesehatan, dan rahmat-Nya, sehingga penulisan tesis ini bisa terselesaikan. Penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari doa, bimbingan dan dukungan berbagai pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung. Saya mengucapkan banyak terima kasih.

### **Tesis ini kupersembahkan untuk:**

1. Bapak MUHADI dan SITI NURJANNAH yang PALING SAYA SAYANGI dan CINTAI yang senantiasa selalu memberikan nasehat, dan semangat, serta membesarkanku dengan penuh kasih sayang dan cinta, dan selalu mendukung setiap langkah-ku dan TIADA HENTI-HENTINYA SELALU MENDOAKANKU. Semua kasih sayang dan kerja kerasmu tidak akan mungkin bisa terbalaskan. Terima kasih Bapak ibu
2. Untuk RISKHA OKTAVIA yang TERSAYANG yang senantiasa selalu menemaniku, menyemangatiku, dan mendoakanku disetiap langkahku. I LOVE YOU SO MUCH
3. Untuk adik-ku KELUARGAKU, yang selalu mendoakan, mendukung dan memberi semangat kepada-ku. EVERYTHING IN MY LIFE
4. Untuk SEMUA SAHABATKU yang tak mungkin saya sebutkan satu per satu karena terlalu banyak, saya ucapkan TERIMA KASIH karena dukungan, bantuan, dan semangat dari kalianlah sehingga Tesis ini selesai dan akhirnya saya di wisuda. YOU ARE THE BEST

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Tesis dengan judul “pengaruh nilai konsumsi terhadap niat berperilaku melalui persepsi citra manfaat sebagai pemediasi” ini adalah salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata 2 (S-2) pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan, hal ini karena keterbatasan penulis. Keberhasilan penulisan karya ilmiah ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyo, M.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Sri Atmaja P. Rosyidi, S.T., MSc.Eng., Ph.D,Pe. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Arni Surwanti, S.E., M.Si selaku ketua Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
4. Bapak Dr. Nuryakin, S.E., MM dan Dr. Arni Surwanti, S.E., M.selaku dosen pembimbing 1 dan 2 yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan selama proses penyelesaian tesis ini.
5. Teman-teman di MM UMY angkatan 45 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, sukses untuk kita semua.
6. Para Dosen Program Studi Magister Manajemen yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi saya.



7. Seluruh *staff* dan bagian administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang banyak memberikan pelayanan dan dorongan bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 2 November 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Pemasaran (Marketing) .....	10
B. <i>Manajemen</i> Pemasaran.....	11
C. <i>E-commerce</i> .....	11
D. <i>Infusing Technology</i> .....	16
E. <i>Promosi</i> .....	17
F. Media Online.....	20
G. <i>Facebook</i> .....	21
H. <i>Instagram</i> .....	22
I. <i>Keputusan Pembelian</i> .....	23
J. <i>Kepercayaan (Trust)</i> .....	26
K. <i>Perusahaan Kontruksi ( Construction Company)</i> .....	28
L. Penelitian Terdahulu.....	31
M. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Berpikir Penelitian.....	33
N. Kerangka Berpikir Penelitian .....	42
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Subyek Penelitian.....	44

C. Populasi dan sampel .....	44
D. Data dan jenis data .....	44
E. Uji Analisa Deskriptif .....	46
F. Uji Instrumen.....	47
G. Uji Asumsi Klasik .....	47
H. Alat Analisis .....	49
I. Teknik Analisis Data .....	50
J. Uji F.....	51
K. Uji t.....	51
L. Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
A. Pengantar .....	53
B. Gambaran Umum Perusahaan .....	54
C. Analisa Deskriptif.....	55
D. Uji Validitas .....	69
E. Uji Reliabilitas.....	73
F. Uji Asumsi Klasik .....	74
G. Uji <i>Path Analysis</i> .....	77
H. Pembahasan Hipotesis.....	88
I. Implikasi manajerial .....	91
<b>BAB V SIMPULAN.....</b>	<b>95</b>
A. Simpulan.....	95
B. Saran.....	95
C. Keterbatasan Penelitian .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Bobot kriteria jawaban skala likert .....	45
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian .....	46
Table 4.1 Rincian Penyebaran Kuesioner .....	56
Table 4.2 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Usia .....	58
Table 4.3 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Usia .....	59
Table 4.4 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Usia .....	60
Table 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Promosi Facebook .....	63
Table 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Promosi Facebook .....	64
Table 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Trust .....	65
Table 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	67
Table 4.9 Hasil Uji Validitas Promosi Facebook .....	69
Table 4.10 Hasil Uji Validitas Promosi Instagram .....	70
Table 4.11 Hasil Uji Validitas Trust .....	71
Table 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	72
Table 4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	73
Table 4.14 Hasil uji normalitas .....	74
Table 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas .....	75
Table 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas .....	76
Table 4.17 Hasil Uji Autokorelasi .....	77
Table 4.18 Hasil Uji t .....	79
Table 4.19 Hasil Uji t .....	79
Table 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	82
Table 4.21 Hasil Uji t .....	84
Table 4.22 Hasil Uji F .....	84
Table 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan pembangunan property di D.I.Yogyakarta .....	5
Gambar 2. 1	Proses Keputusan Pembelian.....	24
Gambar 2. 2	Kerangka Penelitian.....	42
Gambar 4.1	Diagram Jalur 1 .....	79
Gambar 4.2	Diagram Jalur 2 .....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	104
Lampiran 2. Data Penelitian .....	109
Lampiran 3. Uji Validitas .....	115
Lampiran 4 Uji Realibilitas .....	118