

**ANALISIS *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES* DALAM
MENINGKATKAN *PURCHASE INTENTION* PENGGUNA INSTAGRAM
PADA PRODUK AUDIO NIRKABEL**

RIZKY TRI ATMOJO

1707621036



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

**ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES IN
INCREASING THE PURCHASE INTENTION OF INSTAGRAM USERS
ON WIRELESS AUDIO PRODUCTS**

RIZKY TRI ATMOJO

1707621036



Intelligentia - Dignitas

**This thesis was prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Education degree at the Faculty of Economics and Business, State University
of Jakarta**

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAMME

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

JAKARTA STATE UNIVERSITY

2025

ABSTRAK

Rizky Tri Atmojo, 1707621036, Analisis Social Media Marketing Activities dalam meningkatkan Purchase Intention Pengguna Instagram pada Produk Audio Nirkabel. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran dari *social media marketing activities* dalam meningkatkan *purchase intention* produk *True Wireless Stereo* (TWS) dari pengguna Instagram. Penelitian ini mengikutsertakan 200 responden pengguna aplikasi Instagram yang berusia minimal 17 tahun dan berdomisili di wilayah Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Penelitian ini menguji 6 Hipotesis. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SEM dengan bantuan *software* AMOS versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value*, namun tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*. Sementara itu, *social media marketing activities* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* dan *trust*. Selanjutnya, *perceived value* dan *trust* masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *celebrity endorsement* dan *social media marketing activities* terutama terkait produk teknologi audio harus tepat, informatif, dan menarik. Merek dapat memperoleh *purchase intention* yang meningkat jika metode pemasaran yang dilakukan sudah tepat.

Kata Kunci: *Social Media Marketing Activities, Celebrity Endorsement, Perceived Value, Trust, Dan Purchase Intention.*

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Rizky Tri Atmojo, 1707621036, Analysis of Social Media Marketing Activities in Increasing Purchase Intention of Instagram Users on Wireless Audio Products. Thesis, Jakarta: Bachelor of Business Education Study Programme, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

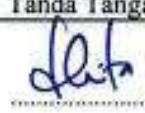
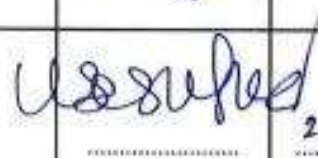
This study aims to analyze the role of social media marketing activities in increasing the purchase intention of True Wireless Stereo (TWS) products from Instagram users. This study included 200 respondents who are Instagram application users who are at least 17 years old and residing in the Special Capital Region of Jakarta. This study tested 6 hypotheses. The data analysis method employed in this study utilizes SEM, aided by AMOS software version 24. The results showed that celebrity endorsement has a positive and significant effect on perceived value but does not have a positive and significant effect on trust. Meanwhile, social media marketing activities have a positive and significant influence on perceived value and trust. Furthermore, perceived value and trust each have a positive and significant influence on purchase intention. This research indicates that the use of celebrity endorsement and social media marketing activities, especially related to audio technology products, must be appropriate, informative, and interesting. Brands can get increased purchase intention if the marketing methods used are appropriate.

Keywords: Social Media Marketing Activities, Celebrity Endorsement, Perceived Value, Trust, and Purchase Intention.

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197306272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D NIP. 198209082010122004 (Ketua Sidang)		3 Juli 2025
2	Rizka Zakiah, M.Pd NIP. 199401182023212040 (Penguji 1)		19 Juni 2025
3	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji 2)		19 Juni 2025
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		24 Juni 2025
5	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Pembimbing 2)		24 Juni 2025
Nama : Rizky Tri Atmojo No. Registrasi : 1707621036 Program Studi : SI Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 12 Juni 2025			

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi yang lain.
2. Skripsi ini dipublikasikan, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, 19 Juni 2025

A red rectangular stamp is visible, containing the text "KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN" and "UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA". The signature is written in black ink over the stamp.

Rizky Tri Atmojo

NIM. 1707621036

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizky Tri Atmojo
NIM : 1707621036
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : Rizky99milan87@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

***Analisis Social Media Marketing Activities dalam Meningkatkan Purchase Intention
Pengguna Instagram pada Produk Audio Nirkabel***

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Juli 2025
Penulis

Rizky Tri Atmojo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yaitu skripsi. Skripsi saya memiliki judul **Analisis *Social Media Marketing Activities* dalam Meningkatkan *Purchase Intention* Pengguna Instagram pada Produk Audio Nirkabel**. Penyusunan skripsi ini memiliki tujuan yaitu disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu dan membimbing penyusunan naskah skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing, memberikan saran dan arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, memberikan saran dan arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah membimbing serta memberikan arahan selama masa perkuliahan.

5. Bapak Dr. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing serta memberikan arahan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya Dosen - Dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah mengajarkan serta memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, semangat, dukungan, motivasi dan segalanya dari masa awal perkuliahan hingga masa akhir perkuliahan.
8. Alfiansyah, Zakharia Dedi Siagian, Anastasia Anggi Fernanda, Galang Senjakala Ramadhan, Farel Juan Liviantony, Elvania Putri Khairunnisa, dan Febby Rizki Amalia, selaku sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan, saran, dan segala bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman – teman S1 Pendidikan Bisnis Angkatan 2021, khususnya Kelas B, yang senantiasa memberikan dukungan, saran, dan segala bantuan selama masa perkuliahan.
10. Marc Marquez, pembalap MotoGP asal Spanyol yang menjadi pedoman dalam sikap bagi peneliti dalam proses penyelesaian naskah proposal skripsi ini.

Bantuan dari pihak – pihak yang sudah disebutkan di atas membuat peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk

dijadikan masukan bagi penyempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk memperluas pengetahuan serta wawasan.

Jakarta, Juni 2025

Peneliti



Rizky Tri Atmojo



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
BAB II	19
KAJIAN PUSTAKA	19
2.1 Teori Pendukung	19
2.1.1 <i>Celebrity Endorsement</i>	19
2.1.2 <i>Social Media Marketing Activities</i>	22
2.1.3 <i>Perceived Value</i>	25
2.1.4 <i>Trust</i>	28

2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	29
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	32
2.2.1 <i>Celebrity Endorsement</i> dan <i>Perceived Value</i>	38
2.2.2 <i>Celebrity Endorsement</i> dan <i>Trust</i>	39
2.2.3 <i>Social Media Marketing Activities</i> dan <i>Perceived Value</i>	42
2.2.4 <i>Social Media Marketing Activities</i> dan <i>Trust</i>	44
2.2.5 <i>Perceived Value</i> dan <i>Purchase Intention</i>	46
2.2.6 <i>Trust</i> dan <i>Purchase Intention</i>	49
BAB III	53
METODE PENELITIAN	53
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	53
3.1.1 Waktu Penelitian	53
3.1.2 Tempat Penelitian.....	53
3.2 Desain Penelitian.....	54
3.3 Populasi dan Sampel	54
3.3.1 Populasi.....	54
3.3.2 Sampel.....	55
3.4 Pengembangan Instrumen	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.6 Teknik Analisis Data.....	66
BAB IV	71
HASIL DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Deskripsi Data	71
4.1.1 Profil Responden.....	71
4.1.2 Karakteristik Data	76

4.2 Hasil	84
4.2.1 Uji Validitas	84
4.2.2 Uji Reliabilitas	88
4.2.3 Uji Kelayakan Model	90
4.2.4 Uji Hipotesis	94
4.3 Pembahasan.....	96
4.3.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	96
4.3.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Trust</i>	97
4.3.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing Activities</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	98
4.3.4 Pengaruh <i>Social Media Marketing Activities</i> terhadap <i>Trust</i>	99
4.3.5 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	100
4.3.6 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	101
BAB V	103
PENUTUP	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Implikasi.....	104
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	104
5.2.2 Implikasi Praktis	104
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	109
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>True Wireless Stereo Market Forecast 2024 - 2032</i>	2
Gambar 1. 2 <i>Tren Pencarian 5 Merek TWS di Indonesia</i>	3
Gambar 1. 3 <i>Worldwide TWS Shipments and Growth 2024</i>	4
Gambar 1. 4 <i>Worldwide TWS Shipments and Growth Q2 2024</i>	5
Gambar 1. 5 <i>Media Sosial Instagram Samsung</i>	7
Gambar 1. 6 <i>Social Media Marketing Activities Samsung Indonesia</i>	10
Gambar 1. 7 <i>Celebrity Endorsement BTS x Samsung Indonesia</i>	12
Gambar 2. 1 <i>Kerangka Teori</i>	51
Gambar 4. 1 <i>Uji Kelayakan Model Sebelum Modifikasi</i>	91
Gambar 4. 2 <i>Uji Kelayakan Model Setelah Modifikasi</i>	92
Gambar 4. 3 <i>Model Hasil Uji Hipotesis</i>	95

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Favorit Media Sosial Skala Global	8
Tabel 1. 2 Top Media Sosial Platform In Indonesia	9
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian yang Relevan	33
Tabel 3. 1 Indikator <i>Celebrity Endorsement</i>	57
Tabel 3. 2 Indikator <i>Social Media Marketing Activities</i>	59
Tabel 3. 3 Indikator <i>Perceived Value</i>	61
Tabel 3. 4 Indikator <i>Trust</i>	62
Tabel 3. 5 Indikator <i>Purchase Intention</i>	64
Tabel 3. 6 Penentuan Nilai <i>Factor Loading</i> Berdasarkan Jumlah Sampel	68
Tabel 3. 7 Indikator <i>Goodness of Fit Index</i>	70
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	73
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	74
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	74
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	75
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Instagram	76
Tabel 4. 8 Karakteristik Data Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	77
Tabel 4. 9 Karakteristik Data Variabel <i>Social Media Marketing Activities</i>	79
Tabel 4. 10 Karakteristik Data Variabel <i>Perceived Value</i>	80
Tabel 4. 11 Karakteristik Data Variabel <i>Trust</i>	82
Tabel 4. 12 Karakteristik Data Variabel <i>Purchase Intention</i>	83
Tabel 4. 13 Tabel Hasil Uji Validitas	85
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	89
Tabel 4. 15 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Sebelum Modifikasi	91
Tabel 4. 16 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Setelah Modifikasi	93
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian	122
Lampiran 2. Jawaban Responden Terhadap Variabel.....	129
Lampiran 3. Tabel Profil Responden	134
Lampiran 4. Tabel Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	135
Lampiran 5. Hasil Uji Pengukuran	137
Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis	139
Lampiran 7. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	140
Lampiran 8. Lembar Kartu Konsultasi Bimbingan.....	141
Lampiran 9. Lembar Perbaikan Sidang Skripsi	143
Lampiran 10. Hasil Turnitin Fakultas	144
Lampiran 11. Daftar Riwayat Hidup.....	145



Intelligentia - Dignitas