

PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *CONSUMER INTENTION*.
**(STUDI PADA STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TOKO TUKOL
SPORT)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Nama : Raxy Nova Ardana
NIM : 22415847
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *CONSUMER INTENTION*.
**(STUDI PADA STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TOKO TUKOL
SPORT)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Nama : Raxy Nova Ardana
NIM : 22415847
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Peran *Social Media Marketing* Terhadap
Consumer Intention.
(Studi Pada Strategi Pemasaran Digital Toko
Tukol Sport)
Nama : Remy Nova Ardana
NIM : 22415847
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 01 November 2003
Program Studi : S1-Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat
untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pembimbing I

Fery Setiawan, S.E., M.M.
NUPTK. 1552767668131043

Ponorogo, 31 Juli 2026

Pembimbing II

Dr. Wijianto, S.E., M.M.
NUPTK.2758763664130222

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si.
NIR.1970101619990412

Ketua

Fery Setiawan, S.E., M.M.
NUPTK.1552767668131043

Dosen Penguji

Sekretaris

Dr. Titis Purwaningrum, SE., M.MA.
NUPTK.6736748649230192

Anggota

Siti Chamidah, S.E., M.Si.
NUPTK.3851749650230102

ABSTRAK

**Skripsi : “ Peran *Social Media Marketing* Terhadap *Consumer Intention*.
(Studi Pada Strategi Pemasaran Digital Toko Tukol Sport)”**; Remy Nova Ardana,
NIM 22415847, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Ponorogo.

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha dalam menjangkau konsumen. Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang banyak dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran digital karena mampu membangun komunikasi interaktif, menyebarkan informasi produk secara cepat, serta meningkatkan keterlibatan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *entertainment*, *electronic word of mouth* (e-WOM), dan *interactive* sebagai aspek *social media marketing* terhadap *consumer intention* pada Toko Tukol Sport. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut (*followers*) akun Instagram Tukol Sport dan konsumen yang pernah melihat maupun berinteraksi dengan konten Instagram Tukol Sport. Penentuan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan SmartPLS dengan metode *Structural Equation Modelling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian diharapkan menunjukkan bahwa variabel *Entertainment*, *E-WOM*, dan *Interactive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Consumer Intention*, baik secara parsial maupun simultan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Toko Tukol Sport dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: *Entertainment, E-WOM, Interactive, Consumer Intention, Social Media Marketing.*

ABSTRACT

Skripsi : “ Peran *Social Media Marketing* dalam Strategi Pemasaran Digital toko Tukul Sport pada pengaruh terhadap *Consumer Intention*”; Remy Nova Ardana, NIM 22415847, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

The rapid development of information technology and social media has transformed the way businesses implement marketing strategies to reach consumers. Instagram has become one of the most widely used social media platforms for digital marketing due to its ability to facilitate interactive communication, disseminate product information efficiently, and enhance consumer engagement. This study aims to analyze the influence of Entertainment, E-WOM, and interactive as dimensions of Sosial Media Marketing on Consumer Intention at Tukul Sport Store. This research employed a quantitative approach with an explanatory research design. The population consisted of followers of the Tukul Sport Instagram account and consumer who had viewed or interacted with the store's Instagram content. The sample was determined using a purposive sampling technique with criteria that respondents. Data were collected through a structured questionnaire using a five-point Likert scale and analyzed using SmartPLS with the Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The findings are expected to indicate that Entertainment, E-WOM, and interactive have a positive and significant influence on Consumer Intention, both individually and simultaneously. The results of this study are expected to provide valuable insights for Tukul Sport Store in optimizing its digital marketing strategy through Instagram to enhance Consumer's Purchase Intention.

Keywords: Entertainment, E-WOM, Interactive, Consumer Intention, Social Media Marketing.

MOTTO

“Sura Dira Jayaningrat Lebur Dening Pangastuti”
(segala bentuk keburukan harus kita balas dengan kebaikan)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan Mengucapkan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT atas nilkmat serta rahmat dan karunia - Nya karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, kasih sayang, dan pertolongan-Nya yang senantiasa menyertai setiap langkah kehidupan penulis. Hanya dengan izin-Nya penulis mampu menyelesaikan perjalanan Pendidikan hingga tahap ini.
2. Kedua Orang Tua tersayangku, Ibu Sumiati dan Bapak Tumadi yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral maupun material, motivasi, serta kasih sayang yang tidak pernah putus hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi. Dan semoga Ibu dan Bapak selalu diberi kesehatan dan umur panjang oleh Allah SWT.
3. Saudari- saudari ku sekalian, Dania Dwi Krisanti, Siska Putri Willians Prawita dan Yunita Surya Ulfana, yang selalu membantu penulis dalam setiap perjalanan penulis dari awal dibangku perkuliahan hingga akhir. Terima kasih atas doa, dukungannya. Semoga Allah SWT. selalu melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan kemudahan rezeki.
4. Kepada orang yang selalu menjadi *suppost system* penulis, Niken Pradita Putri. Terimakasih atas doa, dukungan, semangat, dan kesabaran yang tidak pernah putus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih selalu menjadi pendengar, *partner* diskusi, dan selalu mengingatkan penulis disaat penulis ragu dengan semuanya. Semoga Allah SWT selalu meridhoi langkah dan memberikan kelancaran untuk segala hal yang sedang diusahakan.

5. Untuk teman-teman kelas Manajemen H 2022, terimakasih atas setiap moment baik suka maupun duka serta dukungan dan kerjasamanya selama menempuh Pendidikan di bangku perkuliahan. Semoga kalian menjadi lulusan yang sukses dan selalu dalam lindungan Allah SWT
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu demi kelancaran dan keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Terakhir untuk diri penulis sendiri, terima kasih karena sudah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah. Semoga ini menjadi langkah awal menggapai mimpi-mimpi besar dan pembuktian kepada orang-orang bahwa setiap proses pasti ada hasilnya, walaupun dengan waktu yang berbeda-beda.



KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Peran Social Media Marketing dalam Strategi Pemasaran Digital toko Tukol Sport pada pengaruh terhadap Consumer Intention”* dengan baik

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai tantangan dan hambatan, dalam proses penelitian. Namun, berkat dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan kemudahan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi.
2. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, motivasi, serta kasih sayang yang tidak pernah putus.
3. Bapak Fery Setiawan, S.E., MM dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Dr. Wijianto S.E, MM dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu dan bersedia memberikan data untuk kepentingan penelitian ini.
6. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta semangat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan penelitian di masa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat

viii

memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, khususnya dalam pengembangan ilmu manajemen, transformasi digital, dan kinerja bisnis.

Ponorogo, 31 Juli 2026

Penulis



(Remy Nova Ardana)

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENILAIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 31 Juli 2026

The image shows an official stamp from the Ministry of Education and Culture (Kemendikbud) of the Republic of Indonesia. The stamp is rectangular and contains the text 'KEMENDIKBUD RI' and 'KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA'. Below this, it says 'METER STAMP' and 'ICDAOX069794936'. A handwritten signature in blue ink is written over the stamp, and the number '11' is written to the right of the signature.

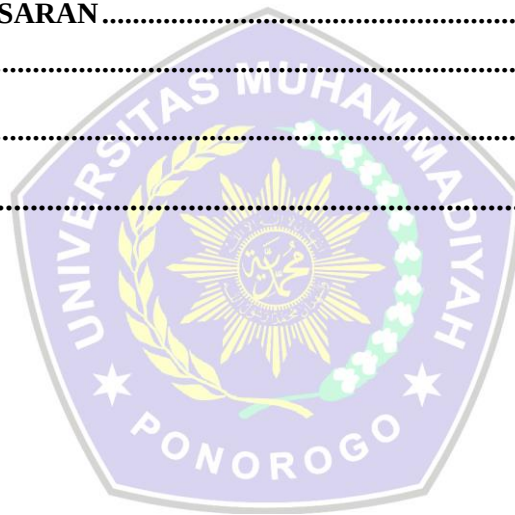
Rexy Nova Ardana

22415847

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	32
2.4 Hipotesis	34
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	40
3.3 Metode Pengambilan Data	41
3.4 Definisi Operasional Variabel	42
3.5 Metode Analisi data.....	45

BAB IV	53
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.2 Karakteristik Responden.....	55
4.3 Hasil Analisa Data	57
4.4 Hasil Penelitian <i>Outer Model</i>	65
4.4 Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	70
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficient</i> dan <i>Bootstraping</i>)	74
4.6 Pembahasan	75
BAB V.....	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peneliti Terdahulu	27
Tabel 2. Skala Likert	42
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 4. Kriteria f^2	50
Tabel 5. Kriteria (q^2).....	51
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 8 Rentang Interval Mean.....	57
Tabel 9.Statistik Deskripsi variabel	58
Tabel 10. Tanggapan Responden tentang Entertainment	60
Tabel 11. Tanggapan Responden tentang E-WOM.....	61
Tabel 12. Tanggapan Responden tentang Interactive	63
Tabel 13. Tanggapan Responden tentang Consumer intention	64
Tabel 14. Hasil Uji Outer Loading.....	66
Tabel 15. Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion.....	68
Tabel 16. Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	69
Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas dan AVE.....	70
Tabel 18. Hasil Uji R-Square.....	71
Tabel 19. Hasil Uji F-Square	72
Tabel 20. Hasil Uji Q-Square.....	73
Tabel 21. Hasil Uji Path Coefficient dan Bootstrapping.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Akun Instagram Tukol Sport	9
Gambar 2. Kerangka Konseptual	33
Gambar 3 Logo Tukol Sport	54
Gambar 4 Akun Instagram Tukol Sport	54
Gambar 5 Diagram Jalur disertai Nilai Outer Loading.....	66

