

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND EQUITY,
DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CONTINUANCE
INTENTION PADA PENGGUNA MARKETPLACE DI JAKARTA**

BELA PRATIWI

1707618035



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND
EQUITY, AND PERCEIVED VALUE ON CONTINUANCE
INTENTION OF MARKETPLACE USERS IN JAKARTA***

BELA PRATIWI

1707618035



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

***Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor Degree Of
Education on Faculty of Economics State University Of Jakarta***

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Equity*, dan
Perceived Value terhadap *Continuance Intention* pada
Pengguna *Marketplace* di Jakarta

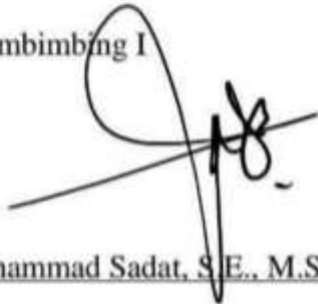
Nama : Bela Pratiwi

Nomor Registrasi : 1707618035

Program Studi : Pendidikan Bisnis 2018

Jakarta, 12 November 2022

Dosen Pembimbing I



Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D.

NIP. 197412212008121001

Dosen Pembimbing II



Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM.

NIDN. 0002038107

Mengetahui,

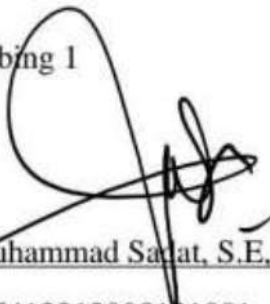
Koord. Program Studi Pendidikan Bisnis



Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd.

NIP. 199302202019032022

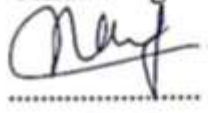
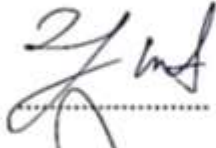
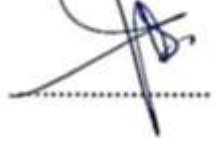
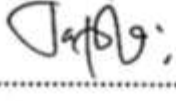
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK UJIAN SKRIPSI	
Pembimbing 1  <u>Andi Muhammad Saadat, S.E, M.Si., Ph.D.</u> NIP. 197412212008121001	Pembimbing 2  <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM.</u> NIDN. 0002038107
Mengetahui, Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis   <u>Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd.</u> NIP. 199302202019032022	
Nama : Bela Pratiwi No. Registrasi : 1707618035 Program Studi : Pendidikan Bisnis	

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  <u>Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd.</u> NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd.</u> NIP. 199302202019032022 (Ketua Penguji)		13-1-2023
2	<u>Prof. Dr. Corry Yohana, M.M.</u> NIP. 195909181985032011 (Penguji 1)		16-1-2023
3	<u>Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev</u> NIP. 198507232010121002 (Penguji 2)		16-1-2023
4	<u>Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D.</u> NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1)		19-1-2023
5	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM.</u> NIDN. 0002038107 (Pembimbing 2)		13-1-2023
Nama : Bela Pratiwi No. Registrasi : 1707618035 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 29 November 2022			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan kesungguhan dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku.

Jakarta, 26 Februari 2023

Yang Membuat Pernyataan

Bela Pratiwi

ABSTRAK

Bela Pratiwi, 2022; Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Equity*, dan *Perceived Value* terhadap *Continuance Intention* pada Pengguna *Marketplace* di Jakarta. Skripsi, Jakarta: Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D., Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* terhadap *brand equity*, pengaruh *social media marketing* terhadap *perceived value*, pengaruh *social media marketing* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh *brand equity* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh *perceived value* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh *customer satisfaction* terhadap *continuance intention* pengguna *marketplace* di Jakarta.

Metode survei dengan instrument berupa kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang digunakan peneliti menggunakan teknik sampel *nonprobability sampling* dengan metode *convenience sampling* dan juga diperkuat menggunakan teknik *expert sampling*. Sampel penelitian ini adalah 205 responden yang telah berbelanja menggunakan Shopee minimal lima kali dalam kurun waktu enam bulan terakhir dan merupakan warga Jakarta dengan usia 17-44 tahun. Data analisis menggunakan SPSS versi 25 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari software AMOS versi 26 untuk mengolah dan menganalisa data hasil penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) *social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap *brand equity*, 2) *social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap *perceived Value*, 3) *brand equity* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, 4) *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, 5) *satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*. Pada penelitian selanjutnya dapat dikembangkan lebih luas dengan memperluas cakupan penelitian, model penelitian, karakteristik responden, dan jumlah responden yang berbeda.

Kata Kunci: *Marketplace*, *Shopee*, *Customer Satisfaction*, *Continuance Intention*, *Social Media Marketing*

ABSTRACT

Bela Pratiwi, 2022; *The Influence of Social Media Marketing, Brand Equity, and Perceived Value on Continuance Intention of Marketplace Users in Jakarta.* Thesis, Jakarta: Business Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory Team: Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D., Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM.

This study aims to determine the effect of social media marketing on brand equity, the effect of social media marketing on perceived value, the effect of social media marketing on customer satisfaction, the effect of brand equity on customer satisfaction, the effect of perceived value on customer satisfaction, the effect of customer satisfaction on user continuance intention marketplace in Jakarta.

The survey method with an instrument in the form of a questionnaire is a data collection method used by researchers using non-probability sampling techniques with convenience sampling methods and strengthened using expert sampling techniques. The sample of this research is 205 respondents who have shopped using Shopee at least five times in the last six months and are citizens of Jakarta aged 17-44 years. Data analysis used SPSS version 25 and SEM (Structural Equation Model) from AMOS version 26 software to process and analyze research data. The results of this study indicate: 1) social media marketing has a significant effect on brand equity, 2) social media marketing has a significant effect on perceived value, 3) brand equity has a significant effect on customer satisfaction, 4) perceived value has a significant effect on customer satisfaction, 5) satisfaction significant effect on continuance intention. Can develop further research more broadly by expanding the scope of the study, the research model, the characteristics of the respondents, and the number of different respondents.

Keywords: Marketplace, Shopee, Customer Satisfaction, Continuance Intention, Social Media Marketing

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Equity*, dan *Perceived Value* terhadap *Continuance Intention* pada Pengguna *Marketplace* di Jakarta” sebaik mungkin. Sholawat serta salam penulis sampaikan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pegikutnya hingga akhir jaman. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis telah mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah membimbing dan memberikan arahan, memberikan ilmu, saran, dan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan sebaik mungkin.
2. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah membimbing dan memberikan arahan, memberikan ilmu, saran, dan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan sebaik mungkin.
3. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
5. Dra. Basrah Saidani, M.Si. selaku Penguji Sidang I yang telah memberikan saran agar skripsi ini senantiasa menjadi lebih baik.
6. Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev. selaku Penguji Sidang II yang telah memberikan saran agar skripsi ini senantiasa menjadi lebih baik.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNJ yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan
8. Siti istianty Tribunda, S.Ds. selaku narasumber dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktu untuk berbagi ilmu dan pengalamannya.
9. Kedua orang tua, kakak, dan keluarga yang telah berjasa memberikan dukungan, motivasi serta doa untuk Peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman penulis, Nanda Wulan Sari, Karisma Insani, Sinta Nurliana, Selis Widyawati, Nabillah Hasna, dan Sabilla Raihanah yang senantiasa saling mendukung, membantu, dan memberikan semangat diberbagai kegiatan selama perkuliahan hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman dari keluarga besar Sindy, Adiba, Sucy, Qotrun, Nabila, Febrika, Sheila, Sasya, dan Alm. Meli yang selalu mengibur dan memberikan support dalam penulisan skripsi ini.
12. Dan seluruh rekan rekan perjuangan pendidikan bisnis 2018 atas kerja sama yang baik selama perkuliahan.

Peneliti menyadari adanya keterbatasan sehingga masih terdapat kekurangan pada penyusunan skripsi ini. Dengan demikian, peneliti terbuka menerima saran maupaun kritikan yang membangun sehingga peneliti dapat memperbaiki skripsi ini. Besar harapan penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada peneliti sendiri maupun pembaca sekalian. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 25 November 2022

Bela Pratiwi