

**PENGARUH HARGA, SOSIAL MEDIA MARKETING,
DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI ULANG
SUNSCREEN MADAME GIE DI TIKTOK SHOP**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Untuk Memperoleh Derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



DIAJUKAN OLEH :

INTAN NAWANG WULAN DEWI SEKAR LETHA

111901357

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH HARGA, SOSIAL MEDIA MARKETING,
DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI ULANG
SUNSCREEN MADAME GIE DI TIKTOK SHOP**

Diajukan Oleh :

Intan Nawang Wulan Dewi Sekar Letha

No. Mhs 111901357

Yogyakarta, Agustus 2023

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Retno Hartati, Dra., M.B.A.

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, SOSIAL MEDIA MARKETING,
DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI ULANG
SUNSCREEN MADAME GIE DI TIKTOK SHOP**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Jurusan
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal Agustus 2023

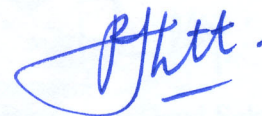
Yang terdiri atas

Ketua

Anggota



(Eka Sudarusman, Drs., M.M.)



(Retno Hartati, Dra., M.B.A.)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Sosial Media Marketing, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli Ulang Sunscreen Madame Gie Di Tiktok Shop.” dan diajukan untuk di uji pada tanggal adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang seolah-olah saya akui sebagai tulisan sendiri atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya nyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, Agustus 2023

Memberi pernyataan,

Intan Nawang wulan Dewi Sekar Letha

Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji :



Retno Hartati, Dra., M.B.A.

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji skripsi :



Eka Sudarisman, Drs., M.M.

PERSEMBAHAN

1. Kedua Orang Tua peneliti Bapak Hariyanta dan Ibu Tri Ratnaningsih serta adek peneliti Andhara Erlien Mutiara Galuh Ajeng yang selama membuat laporan ini selalu memberikan semangat serta do'a kepada penulis.
2. Almarhumah kakak tercinta Berliana.
3. Almarhum kakek dan almarhumah nenek tercinta Ahmad Zaini & Saidah serta Darmo Suharjo & Sutinah.
4. Sahabat peneliti Clarrisa Clarasita, Isnaini Nur Yuanisa, Cindy Prihatini, dan Anggista Nur Vitasari.
5. Teman-teman seperjuangan Rafi'i Zaidan Thoriqoh, Muhammad Arick Bintang, dan Erlina Ambar Anggita Putri.

MOTTO

*Jika kamu tidak tahan pada penatnya belajar, maka kamu akan menanggung pahitnya kebodohan.
(Imam Syafii)*

*“sungguh atas kehendak Allah semua ini terwujud, tiada kekuatan kecuali dengan pertolongan Allah.”
(QS. Al Kahfi : 39)*

*Jangan terlalu dikejar, jika memang jalannya pasti Allah memperlancar, karena yang menjadi takdirmu akan mencari jalannya untuk menemukanmu.”
(Ali Bin Abi Thalib)*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan serta kesehatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Sosial Media Marketing, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli Ulang Sunscreen Madame Gie Di Tiktok Shop.”** Guna memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Manajemen Jenjang Sarjana (Strata I) Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi banyak mengalami hambatan, namun peneliti banyak menerima masukan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Kedua Orang Tua peneliti Bapak Hariyanta dan Ibu Tri Ratnaningsih serta adek penulis Andhara Erlie Mutiara Galuh Ajeng yang selama membuat laporan ini selalu memberikan semangat serta do'a kepada penulis.
2. Dr. Suparmono, M.Si. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
3. Retno Hartati, Dra., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan serta masukan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.
4. Eka Sudarusman, Drs., M.M. selaku dosen penguji yang telah menguji peneliti dengan sebaik-baiknya hingga dinyatakan lulus serta memberikan arahan kepada peneliti.

5. Seluruh karyawan dan Dosen STIM YKPN Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
6. Sahabat peneliti Clarrisa Clarasita, Isnaini Nur Yuanisa, Cindy Prihatini, Anggista Nur Vitasari, dan Erlina Ambar Anggita Putri yang telah memberikan dukungan serta energi positif kepada peneliti dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
7. Seluruh teman-teman angkatan 2019 yang sedang berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi.
8. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
9. Semua pihak yang telah membantu peneliti yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, akan tetapi peneliti berharap skripsi ini akan memberikan manfaat dan informasi kepada pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, Agustus 2023

Peneliti



Intan Nawang Wulan Dewi Sekar Letha

111901357

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga, Sosial Media Marketing, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli Ulang Sunscreen Madame Gie di Tiktok Shop. Sampel penelitian yaitu perempuan minimal usia 17 tahun yang pernah membeli sunscreen Madame Gie di Tiktok Shop. Jumlah sampel sebanyak 110 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan model Non-Probability Sampling. Adapun metode yang digunakan adalah metode Purposive Sampling. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji regresi linear berganda, uji t, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Sunscreen Madame Gie di Tiktok Shop, Sosial Media Marketing berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Sunscreen Madame Gie di Tiktok Shop, dan Persepsi Risiko tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Sunscreen Madame Gie di Tiktok Shop. Berdasarkan pengujian koefisien determinasi ($\text{adjusted } R^2$) menunjukkan hasil sebesar 0,134 (13,4%) yang artinya bahwa variabel Harga, Sosial Media Marketing, dan Persepsi Risiko memberi sumbangan pengaruh sebesar 13,4% terhadap Minat Beli Ulang, dan sisanya sebesar 86,6% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : Harga, Sosial Media Marketing, Persepsi Risiko, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Price, Social Media Marketing, and Perceived Risk of interest in Repurchasing Madame Gie's Sunscreen at the Tiktok Shop. The research sample is female consumers aged at least 17 years who have purchased Madame Gie's Sunscreen at Tiktok Shop. The number of sample is 110 respondents. The sampling technique uses the non probability sampling model. The method used is the purposive sampling. The method used in this research is the validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, and coefficient of determination test. The results show that price has no effect and significant to interest in repurchasing Madame Gie's Sunscreen at the Tiktok Shop, Social Media Marketing has significant influence on Repurchase Intention Madame Gie's Sunscreen at the Tiktok Shop, and Perception of Risk have no effect and significantly to interest in Repurchasing Madame Gie's Sunscreen at the Tiktok Shop. Based on testing the coefficient of determination (adjusted R²) shows the result of 0,134 (13,4%) which means that the variable Price, Social Media Marketing, and Perception Risk contributes 13,4% influence on Repurchase Intention and the remaining 86,6% is influenced by other variables that are not included in this research.

Keywords : Price, Social Media Marketing, Perception Risk, and Repurchase Intention.

DAFTAR ISI

HALAMANN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	7
A. Landasan teori.....	7
1. Minat Beli Ulang	7
2. Harga	10
3. Sosial Media Marketing	13
4. Persepsi Risiko	15
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Keterkaitan Antar Variabel dengan Perumusan Hipotesis	22
D. Kerangka Pikiran	24
BAB III	25

METODOLOGI PENELITIAN	25
A. Definisi Konsep	25
B. Definisi Operasional	26
C. Jenis Penelitian.....	28
D. Jenis dan Sumber Data.....	29
E. Populasi dan Sampel	29
F. Teknik Pengumpulan Data.....	31
G. Metode Analisis Data.....	32
BAB IV	36
GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS DATA.....	36
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	36
B. Analisis Data.....	38
BAB V	57
KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. KESIMPULAN.....	57
B. SARAN.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	64