

**PENGARUH DAYA TARIK FISIK DAN DAYA TARIK SOSIAL  
TERHADAP NIAT BELI PRODUK SECARA DARING YANG  
DI MEDIASI OLEH INTERAKSI PARASOSIAL**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun Oleh :**

**MIA AMARA**

**NIM. B 100 160 372**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**PENGARUH DAYA TARIK FISIK DAN DAYA TARIK SOSIAL  
TERHADAP NIAT BELI PRODUK SECARA DARING YANG DI  
MEDIASI OLEH INTERAKSI PARASOSIAL**

Yang ditulis dan disusun oleh:

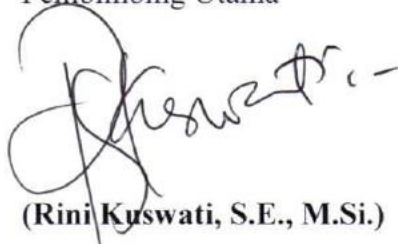
**MIA AMARA**

**B 100 160 372**

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 15 Febuari 2020

Pembimbing Utama



(Rini Kuswati, S.E., M.Si.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Drs. H. Syamsudin, SE, M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **MIA AMARA**

NIM : **B100160372**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH DAYA TARIK FISIK DAN DAYA TARIK  
SOSIAL TERHADAP NIAT BELI PRODUK SECARA  
DARING YANG DI MEDIASI OLEH INTERAKSI  
PARASOSIAL**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Januari 2020

Yang membuat pernyataan

**MIA AMARA**

## MOTTO

*“Masa muda ialah masa untuk merasakan perihnya belajar guna memperoleh kesuksesan dimasa mendatang”*

*“lebih baik kehilangan masa muda ketimbang harus kehilangan masa depan”*

*“Kehidupan indah tidak tercipta begitu saja, hal itu dibangun tiap hari dengan do'a, keinginan, pengorbanan, dan kerja keras”*

*“Talk Less Do More”*

*“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan (mengerjakan) shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.” (Al-Baqarah:153)*

*(Penulis)*

## **PERSEMBAHAN**

Bismillahirrohmanirrohim, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya istimewa ini untuk:

- Allah SWT dan segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
- Suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, semoga shalawat serta salam selalu tercurah kepada beliau, keluarga dan para sahabatnya.
- Ibu dan Bapak saya tercinta yang telah mendidik, memberikan kasih sayang, motivasi, semangat, dan dukungan lewat do'a.
- Kakak saya yang selalu memberikan semangat serta dukungan terhadap saya.
- Teman dan sahabat saya yang selalu mendukung saya dan selalu menyemangati saya.
- Almamater tercinta

## ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik fisik dan daya tarik sosial terhadap niat beli produk secara daring yang di mediasi oleh interaksi parasosial. Dimana variabel indepen terdiri dari daya tarik fisik, daya tarik sosial, dan interaksi parasosial, sementara itu variabel dependennya adalah niat beli produk secara daring. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengikut beauty vlogger Tasya Farasya baik di media sosial Instagram ataupun YouTube. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan mengambil 126 responden. Metode pengumpulan data adalah dengan menyebarkan kuesioner menggunakan google form. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji instrument penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji model penelitian yaitu uji normalitas, dan uji hipotesis penelitian menggunakan Structural Equation Modelling (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel interaksi parasosial memediasi secara penuh terhadap variabel daya tarik fisik dan daya tarik sosial terhadap niat beli produk secara daring. Hal ini ditunjukkan dari hasil pengujian hipotesis menggunakan SEM bahwa hipotesis dari variabel daya tarik fisik ke niat beli menunjukkan hasil yang tidak signifikan, dan variabel daya tarik sosial ke niat beli juga menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa interaksi parasosial memediasi secara penuh.

**Kata Kunci : Daya Tarik Fisik, Daya Tarik Sosial, Interaksi Parasosial, Niat Beli**

## **ABSTRACT**

This study aims to examine the influence of physical attractiveness and social attractiveness on online purchase intentions mediated by parasocial interactions. Where the independent variable consists of physical attractiveness, social attractiveness, and parasocial interactions, while the dependent variable is the intention to buy products online. The population in this study were followers of beauty vlogger Tasya Farasya both on social media Instagram or YouTube. The sampling technique used in this study was purposive sampling by taking 126 respondents. Data collection method is by distributing questionnaires using Google Form. The analysis used in this study includes the research instrument test that is the validity and reliability test, the research model test that is the normality test, and the research hypothesis test using Structural Equation Modeling (SEM).

The results showed that the parasocial interaction variables fully mediated to the variable physical attractiveness and social attractiveness towards online product purchase intentions. This is shown from the results of hypothesis testing using SEM that the hypothesis of the variable physical attractiveness to purchase intentions shows insignificant results, and the variable social appeal to purchase intention also shows insignificant results. Then the results show that parasocial interactions fully mediate.

**Keywords: Physical Attraction, Social Attraction, Parasocial Interaction, Purchase Intention**

## **KATA PENGANTAR**

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan anugerah-Nya. Tak lupa sholawat serta salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Fisik dan Daya Tarik Sosial terhadap Niat Beli Produk Secara Daring yang Di Mediasi oleh Interaksi Parasosial” dengan lancar. Penulisan skripsi ini disusun sebagai syarat dalam rangka memenuhi tugas akhir dan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada strata 1 ilmu ekonomi, konsentrasi manajemen pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak dapat terlepas dari bantuan dan dengan keiklasan serta rendah hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, SE., M.Si. selaku ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Rini Kuswati SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing dan dosen pembimbing akademik yang telah sabar membimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi, dan juga telah



membantu memberikan arahan dalam pengambilan mata kuliah ataupun lainnya.

4. Bapak dan Ibu Dosen di Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama mengenyam bangku perkuliahan, serta tak lupa seluruh karyawan dan staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan dan kelancaran dalam urusan administrasi.
5. Ayahku Kasmari, Ibunda Siti Djuwariah, kakakku Ferry Andriyanto dan Nina Dwi Ardiasari dan keluarga penulis yang telah memberikan do'a, kasih sayang, motivasi, dukungan, semangat, masukan serta membantu baik secara spiritual maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga Bapak, Ibu, dan Kakaku selalu dalam lindungan Allah SWT.
6. Teman-teman kelas Manajemen J.
7. Teman-teman dan sahabat saya yang selalu memberikan semangat kepada saya untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang solutif dan aplikatif bagi akademisi ataupun perusahaan serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang mmberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Surakarta, 14 Januari 2020

Penulis

Mia Amara

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI .....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teoritis .....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	16
C. Pengembangan Hipotesis.....	20

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian.....	24
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	25
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	26
D. Teknik Pengambilan Data .....	29
E. Data dan Sumber Data .....	29
F. Metoda Pengumpulan Data.....	30
G. Uji Instrumen .....	30

### BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data .....	36
B. Uji Instrumen Penelitian.....	44
C. Uji Model Penelitian .....	48
D. Pembahasan.....	53

### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	57
B. Keterbatasan Penelitian .....	58
C. Saran.....	59

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert .....	30
Tabel 3.2 Kriteria Goodness-of-Fit SEM.....	35
Tabel 4.1 Hasil Deskripsi Statistik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	37
Tabel 4.2 Hasil Deskripsi Statistik Berdasarkan Usia Responden.....	37
Tabel 4.3 Hasil Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan .....	38
Tabel 4.4 Hasil Deskripsi Statistik Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Perbulan .....	39
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Statistik Berdasarkan Waktu Akses Internet Perhari.....	39
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Statistik Berdasarkan Waktu Pengenalan Beauty Vlogger Tasya Farasya .....	40
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Kuesioner Daya Tarik Fisik .....	41
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Kuesioner Daya Tarik Sosial .....	41
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Kuesioner Interaksi Parasosial .....	42
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Kuesioner Responden Niat Beli.....	44
Tabel 4.11 KMO and Barlett's Test.....	45
Tabel 4.12 Pattern Matrix .....	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian .....	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas .....	48
Tabel 4.15 Hasil Goodnes-of-Fit pada Modifikasi Model Structural .....	49
Tabel 4.16 Hasil Estimasi Model Struktural .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Konseptual Penelitian .....	23
Gambar 4.1 Hasil Pengujian SEM .....	49

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1.Kuesioner

Lampiran 2.Jawaban Responden

Lampiran 3.Hasil Analisis Data

Lampiran 4.Kerangka Analisis

Lampiran 5.Hasil Data Uji Hipotesis Structural Equation Modelling (SEM)