

## ABSTRAK

### **PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KESEDIAAN MEMBAYAR PRODUK SKINTIFIC DI SLEMAN YOGYAKARTA DENGAN VARIABEL MEDIASI LOYALITAS**

NIKADEK BERLIANTI

NIM. 141220032

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta  
[nikadekberlianti@gmail.com](mailto:nikadekberlianti@gmail.com)

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pemasaran media sosial dan kepercayaan pelanggan terhadap kesediaan untuk membayar dengan loyalitas Pelanggan sebagai variabel mediasi pada konsumen produk Skintific di Sleman Yogyakarta. Dalam penelitian ini, pemasaran media sosial dan kepercayaan pelanggan bertindak sebagai variabel independen, kesediaan untuk membayar sebagai variabel dependen dan loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Skintific yang berdomisili di Sleman, Yogyakarta, sedangkan sampel penelitian adalah sebagian konsumen Skintific yang memenuhi kriteria penelitian dengan jumlah 180 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran media sosial dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan untuk membayar. Pemasaran media sosial dan kepercayaan pelanggan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan untuk membayar baik secara langsung maupun tidak langsung melalui loyalitas Pelanggan sebagai variabel mediasi.

**Kata kunci:** pemasaran media sosial, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan, kesediaan untuk membayar

**ABSTRACT**

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND CUSTOMER TRUST ON WILLINGNESS TO PAY FOR SKINTIFIC PRODUCTS IN SLEMAN YOGYAKARTA WITH LOYALTY AS A MEDIATING VARIABLE DENGAN VARIABEL MEDIASI LOYALITAS***

NIKADEK BERLIANTI

NIM. 141220032

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

[nikadekberlianti@gmail.com](mailto:nikadekberlianti@gmail.com)

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to examine the effect of Social Media Marketing and Customer Trust on Willingness to Pay, with Customer Loyalty as a mediating variable in Skintific products in Sleman Yogyakarta. This study uses quantitative methods with Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) analysis technique. Data were collected from 100 respondents through an online questionnaire. The results show that Social Media Marketing and Customer Trust have a positive effect on Willingness to Pay both directly and through the mediation of Customer Loyalty.*

**Keywords:** *social media marketing, customer trust, customer loyalty, willingness to pay.*