

**PENGARUH KETERLIBATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @UAJY
TERHADAP KUALITAS HUBUNGAN SERTA DAMPAKNYA PADA
CITRA DAN LOYALITAS MEREK UNIVERSITAS**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Manajemen

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

ANGELICA NADIA FELICITA

NPM: 220327047

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2026

Skripsi

**PENGARUH KETERLIBATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @UAJY
TERHADAP KUALITAS HUBUNGAN SERTA DAMPAKNYA PADA
CITRA DAN LOYALITAS MEREK UNIVERSITAS**

**Disusun oleh
Angelica Nadia Felicita
NPM: 220327047**

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing


**Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti,
SE., M.Sc., Ph.D.**

Yogyakarta, 15 Mei 2026

Skripsi

**PENGARUH KETERLIBATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @UAJY
TERHADAP KUALITAS HUBUNGAN SERTA DAMPAKNYA PADA CITRA DAN
LOYALITAS MEREK UNIVERSITAS**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Angelica Nadia Felicita

NPM: 220327047

**Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 02 Juni 2026
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (SI)
Program Studi Manajemen**

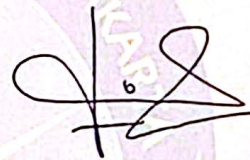
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



**Wenefrida Mahestu Novianandra Krisjanti,
SE., M.Sc., Ph.D.**

Anggota Panitia Penguji



Api Adyantari, SA., MBA



**Vonezyo Yupanzara
Dharomesz, SE., MBA**

Yogyakarta, 10 Juni 2026

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA**

Wenefrida Mahestu Novianandra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KETERLIBATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @UAJY
TERHADAP KUALITAS HUBUNGAN SERTA DAMPAKNYA PADA
CITRA DAN LOYALITAS MEREK UNIVERSITAS**

benar – benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau keseluruhan dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Mei 2026
Yang menyatakan



Angelica Nadia Felicita

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, penyertaan, dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini.

1. Ibu Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D., selaku Dekan Fakultas dan dosen pembimbing penulis. Terimakasih atas waktu, pikiran, tenaga, saran, kritikan, arahan, masukan, dan bantuannya selama penulis mengerjakan skripsi dari awal hingga selesai.
2. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
3. Mama, Papa, dan Adik yang selalu memberikan doa serta dukungan secara psikis maupun materi tak terhingga kepada penulis. Terima kasih atas semua rasa kasih sayang, cinta, dan aman yang penulis rasakan dari

keluarga ini. Terima kasih sudah mendidik dan merawat penulis hingga dunia perkuliahan ini, banyak yang penulis pelajari secara langsung dari keluarga ini sehingga bisa membawa penulis untuk bisa di tahap saat ini.

4. Bapak dan Ibu (eyang kakung dan putri) dari penulis di Popongan, yang sudah merawat dan membesarkan penulis sejak lahir hingga saat ini. Menjaga, mendoakan, merawat, mendukung, memaafkan, serta mengajarkan penulis banyak hal tentang dunia ini. Terima kasih telah menjadi tempat pulang bagi penulis di saat dunianya sedang kacau dan hatinya rapuh, serta menjadi alasan bagi penulis untuk bisa bertahan hingga di tahap ini dan selalu berjuang menjalani kehidupan yang lebih baik.
5. Mbah kakung dan putri dari penulis di Bantul, yang selalu mendoakan, mendukung, serta terlibat dalam merawat penulis sewaktu kecil. Terima kasih untuk semua hal yang telah dikorbankan bagi penulis sehingga bisa mencapai titik ini, baik secara waktu, tenaga, dan materi yang tak terhingga.
6. Seluruh keluarga besar trah Pandoyo, Hardi Samiyo, dan Pawiro Sutarjo atas doa baik, rasa percaya, saran, dan dukungan yang diberikan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan dan tugas akhir skripsi ini sesuai dengan yang diharapkan.
7. Seluruh Om dan Tante penulis, atas semua doa, dukungan, dan perhatian yang diberikan dari kecil hingga saat ini. Terima kasih sudah menganggap

penulis sebagai adik, mengajarkan banyak hal yang tidak dapat disebutkan satu persatu, dan selalu mengajak penulis untuk berkeliling kemanapun.

8. Mbak Alief di Jakarta yang berperan sebagai kakak bagi penulis sejak kecil. Terima kasih atas doa, dukungan, rasa sayang, nasihat, waktu, tenaga, dan materi yang selalu diberikan kepada penulis hingga hari ini. Terima kasih untuk selalu hadir dalam setiap momen penting penulis, menolong, dan memberikan nasihat kepada penulis.

9. Martha Emanuella Sibuea sebagai sahabat penulis sejak semester satu di dunia perkuliahan. Terima kasih atas waktu, tenaga, dan pikiran yang selalu diluahkan kepada penulis hingga saat ini. Terima kasih telah menemani, mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan dan doa, serta percaya kepada penulis untuk bisa menyelesaikan perkuliahan dan tugas akhir ini seperti apa yang ditargetkan oleh penulis. Terima kasih untuk selalu menjadi partner penulis dalam situasi suka dan duka tanpa mengenal lelah dan waktu.

10. Mas B sebagai pasangan penulis. Terima kasih atas kehadirannya dalam hidup penulis, dan menjadi alasan untuk penulis bisa meraih mimpi dan masa depan yang lebih baik. Terima kasih atas semua tenaga, waktu, doa, pikiran, kasih sayang, cinta, dan materi yang penulis rasakan. Terima kasih telah hadir membawa warna warni dan berjuang bersama dalam babak baru hidup penulis.

11. Theodora Tri Lusi Yulinda dan Roxy Yusewa sebagai sahabat penulis selama perkuliahan dari fakultas yang berbeda. Terima kasih atas waktu, tenaga, materi, dan pikiran yang telah diluangkan kepada penulis. Terima kasih atas dukungan motivasi, doa, dan kepercayaan yang begitu besar kepada penulis untuk bisa tetap menjalani perkuliahan ini bersamaan dengan keaktifan penulis di organisasi maupun non-organisasi. Terima kasih telah menjadi pendengar dan pemberi saran yang baik dan positif sebagai saudara tidak sedarah.

12. Karen Nina dan Yulirianta sebagai sahabat penulis selama perkuliahan di FBE. Terima kasih atas waktu, tenaga, materi, dan pikiran yang telah diluangkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini. Terima kasih karena mengisi dan memotivasi penulis untuk tetap menjalani hidup. Terima kasih sudah selalu ada untuk penulis selama perkuliahan ini.

13. Keluarga Wacana (Bertha, Teresa, Cinthia, Mufti) sebagai partner penulis selama di perkuliahan ini. Terima kasih atas dukungan, doa, dan waktu yang diluangkan bersama penulis. Terima kasih telah mewarnai dan membuat cerita berharga yang menghibur penulis selama perkuliahan.

14. Segenap keluarga besar KPBB UAJY. Terima kasih atas kepercayaan, doa, dukungan, pengalaman, dan kesempatan yang diberikan kepada penulis selama kurang lebih satu setengah tahun ini untuk mengambil peran sebagai *student staff* selama perkuliahan ini.

15. Teman-teman KKN Desa Tua Bali angkatan 88 (Yurha, There, April, Ken, Ananta, Jonathan, dan Juan), Bapak/Ibu Yoga, dan seluruh warga Desa Tua yang sudah menerima dan membantu penulis selama KKN. Terima kasih atas pengalaman, cerita, doa, dukungan, serta motivasi yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan perkuliahan dan tugas akhir ini dengan sebaik mungkin. Terima kasih atas kebersamaan dan kerja sama tim yang penulis rasakan selama KKN ditempat ini.

Terlepas dari hal tersebut, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan kekurangan dalam proses penyusunannya. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima segala bentuk saran dan kritik yang membangun guna penyempurnaan penelitian ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membaca skripsi ini dan berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Yogyakarta, 15 Mei 2026



Angelica Nadia Felicita

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	4
DAFTAR GAMBAR.....	6
DAFTAR LAMPIRAN	7
ABSTRAK	8
BAB I.....	9
PENDAHULUAN.....	9
1.1 Latar Belakang.....	9
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.5 Sistematika Penulisan	19
BAB II	21
TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 <i>Social Exchange Theory</i> (SET)	21
2.1.2 Keterlibatan Media Sosial.....	23
2.1.2.1 Interaksi Sosial	26
2.1.2.2 Berbagi Informasi	28
2.1.2.3 Pemantauan.....	29
2.1.2.4 Kuantitas Informasi.....	31
2.1.3 Kualitas Hubungan.....	33
2.1.4 Citra Merek	35

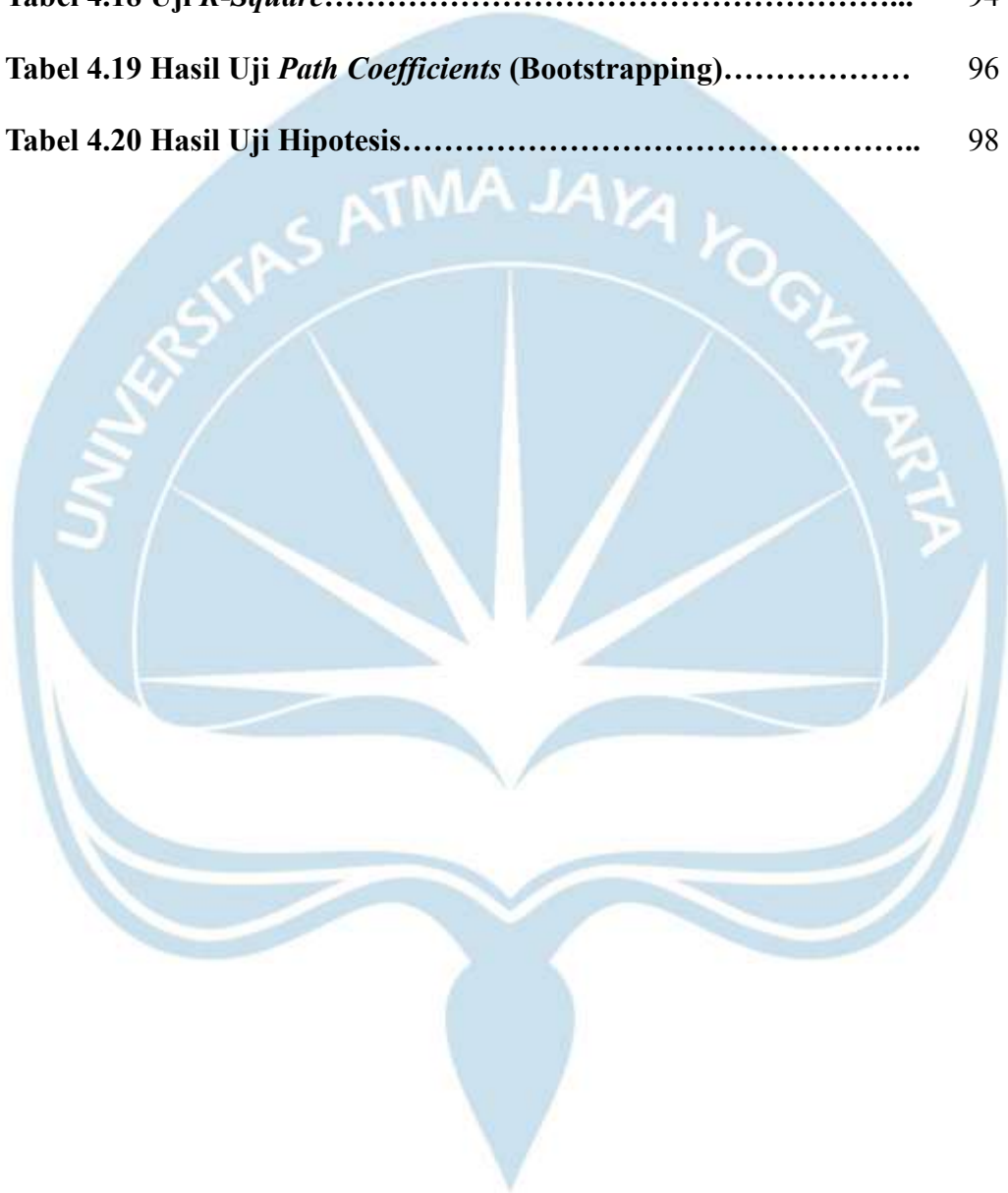
2.1.5 Loyalitas Merek	36
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Pengembangan Hipotesis	43
2.3.1 Pengaruh Interaksi Sosial terhadap Kualitas Hubungan	43
2.3.2 Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kualitas Hubungan	45
2.3.3 Pengaruh Pemantauan terhadap Kualitas Hubungan	47
2.3.4 Pengaruh Kuantitas Informasi terhadap Kualitas Hubungan	48
2.3.5 Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Citra Merek.....	49
2.3.6 Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Loyalitas Merek.....	51
2.4 Kerangka Penelitian	53
BAB III.....	54
METODE PENELITIAN.....	54
3.1 Bentuk Penelitian	54
3.2 Desain Penelitian	55
3.3 Objek, Subjek, dan Lokasi Penelitian	56
3.4 Sampel Penelitian	57
3.4.1 Profil Sampel.....	57
3.4.2 Metode Pengambilan Sampel	58
3.5 Definisi Operasional	58
3.6 Metode Pengumpulan Data	62
3.7 Metode Pengukuran Variabel.....	63
3.8 Metode Analisis Data	64
3.8.1 Analisis Deskriptif	64
3.8.2 Analisis PLS-SEM	65
BAB IV	70
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Hasil Statistik Responden.....	70

4.1.1 Hasil Pertanyaan Filter	70
4.1.2 Hasil Profil Responden	73
4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	75
4.3 Analisis Data Structural Equation Model (SEM)	82
4.3.1 Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	82
4.3.2 Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	83
4.3.3 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	93
4.4 Pembahasan Hipotesis	101
4.4.1 Pengaruh Interaksi Sosial terhadap Kualitas Hubungan	101
4.4.2 Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kualitas Hubungan	102
4.4.3 Pengaruh Pemantauan terhadap Kualitas Hubungan	103
4.4.4 Pengaruh Kuantitas Informasi terhadap Kualitas Hubungan	105
4.4.5 Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Citra Merek	106
4.4.6 Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Loyalitas Merek	108
BAB V	110
PENUTUP	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Implikasi Manajerial	111
5.3 Kelemahan Penelitian	115
5.4 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	123

DAFTAR TABEL

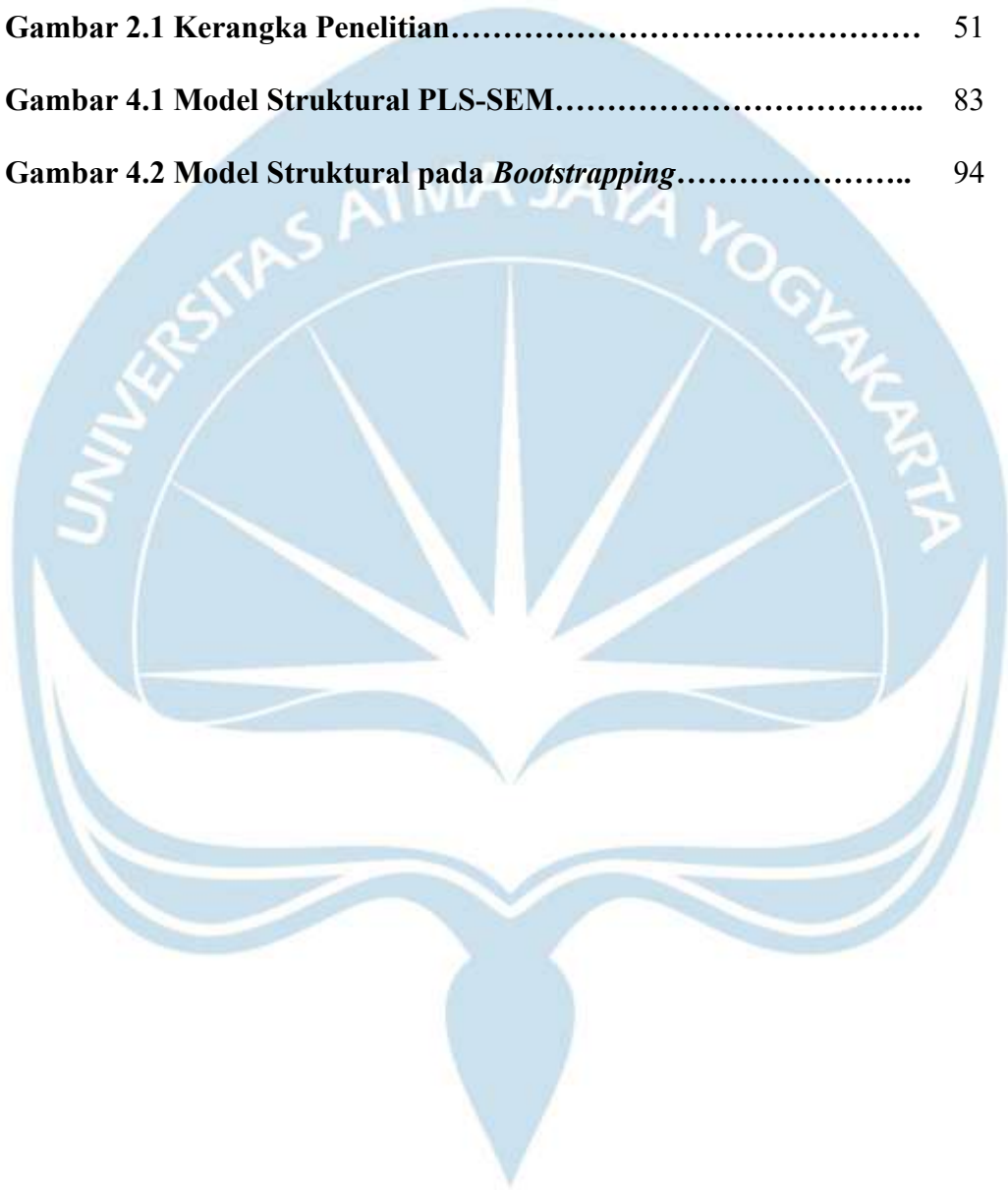
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	57
Tabel 3.2 Indikator Skala Pengukuran.....	61
Tabel 4.1 Jumlah Responden yang tergolong dalam mahasiswa Aktif UAJY.....	71
Tabel 4.2 Jumlah Responden yang mengikuti akun Instagram resmi @uajy.....	71
Tabel 4.3 Jumlah Responden yang pernah mengunjungi akun Instagram @uajy selama 3 bulan terakhir.....	72
Tabel 4.4 Jumlah responden yang termasuk Generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012).....	72
Tabel 4.5 Profil Responden.....	74
Tabel 4.6 Hasil Statistik Variabel Interaksi Sosial.....	75
Tabel 4.7 Hasil Statistik Variabel Berbagi Informasi.....	76
Tabel 4.8 Hasil Statistik Variabel Pemantauan	77
Tabel 4.9 Hasil Statistik Variabel Kuantitas Informasi.....	78
Tabel 4.10 Hasil Statistik Variabel Kualitas Hubungan.....	79
Tabel 4.11 Hasil Statistik Variabel Citra Merek.....	80
Tabel 4.12 Hasil Statistik Variabel Loyalitas Merek	81
Tabel 4.13 Nilai <i>Outer Loading (Loading Factors)</i>	84
Tabel 4.14 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	86

Tabel 4.15 Nilai <i>Cross Loading</i>.....	88
Tabel 4.16 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>.....	90
Tabel 4.17 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Dan <i>Composite Reability</i>.....	92
Tabel 4.18 Uji <i>R-Square</i>.....	94
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Path Coefficients</i> (Bootstrapping).....	96
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis.....	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media sosial paling sering digunakan Gen Z tahun 2025.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	51
Gambar 4.1 Model Struktural PLS-SEM.....	83
Gambar 4.2 Model Struktural pada <i>Bootstrapping</i>.....	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Petunjuk Pengisian Kuesioner.....	123
Lampiran 2. Instrumen Kuesioner Penelitian.....	124
Lampiran 3. Output SmartPLS Uji Realibilitas dan Uji Validitas....	127
Lampiran 1. Output SmartPLS Analisis Deskriptif.....	129
Lampiran 2. Output SmartPLS <i>Outer Loading</i>	130
Lampiran 3. Output SmartPLS Uji <i>Path Coefficients (Bootstrapping)</i>	131
Lampiran 7. Bukti Penyebaran Kuesioner.....	131
Lampiran 8. Clean Data.....	133
Lampiran 9. Jurnal Acuan Utama.....	135

**PENGARUH KETERLIBATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @UAJY
TERHADAP KUALITAS HUBUNGAN SERTA DAMPAKNYA PADA
CITRA DAN LOYALITAS MEREK UNIVERSITAS**

Disusun oleh:

Angelica Nadia Felicita

220327047

Pembimbing

Wenefrida Mahestu Noviantra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43,
Yogyakarta

ABSTRAK

Perkembangan media sosial mendorong perguruan tinggi memanfaatkan Instagram sebagai sarana komunikasi digital untuk membangun hubungan dengan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dimensi keterlibatan media sosial yang terdiri dari interaksi sosial, berbagi informasi, pemantauan, dan kuantitas informasi pada akun Instagram @uajy terhadap kualitas hubungan serta dampaknya pada citra merek dan loyalitas merek mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif yang tergolong Generasi Z, mengikuti, serta secara aktif mengunjungi akun Instagram @uajy. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi interaksi sosial, pemantauan, dan kuantitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas hubungan, sedangkan dimensi berbagi informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas hubungan. Penelitian ini juga menemukan bahwa kualitas hubungan berpengaruh signifikan terhadap citra merek serta loyalitas merek mahasiswa.

Kata Kunci: Keterlibatan Media Sosial, Kualitas Hubungan, Citra Merek, Loyalitas Merek, Instagram.