

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *INFLUENCER* TERHADAP NIAT PENGGUNAAN LAYANAN SEABANK OLEH GENERASI Z DI DKI JAKARTA

AMEERA DANISH ARISTA



PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul Pengaruh Media Sosial dan *Influencer* Terhadap Niat Penggunaan Layanan SeaBank Oleh Generasi Z di DKI Jakarta adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Mei 2025

Ameera Danish Arista
K140121111

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

AMEERA DANISH ARISTA. Pengaruh Media Sosial dan *Influencer* Terhadap Niat Penggunaan Layanan SeaBank Oleh Generasi Z di DKI Jakarta. Dibimbing oleh ZENAL ASIKIN dan ANGGI MAYANG SARI.

Perkembangan teknologi informasi telah menjadi pilar utama dalam memenuhi kebutuhan masyarakat modern, terutama dalam konteks sosial dan ekonomi. Generasi Z, sebagai generasi yang lahir di era digital (*digital natives*), menghabiskan banyak waktu di media sosial, menjadikan platform ini sebagai sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan pemasaran melalui *influencer*. Dengan pengaruh yang kuat dari media sosial dan *influencer*, diharapkan bahwa Gen Z akan lebih termotivasi untuk mencoba dan menggunakan layanan perbankan digital seperti SeaBank. Penelitian ini dilakukan di wilayah DKI Jakarta. Sampel yang diteliti adalah Generasi Z berusia 17-28 tahun berdomisili di DKI Jakarta dan memakai aplikasi SeaBank minimal 1 kali dalam satu tahun terakhir, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang dipilih menggunakan teknik *convenience sampling*. Metode analisis yang dilakukan adalah analisis deskriptif dan analisis SEM-PLS dengan aplikasi *Smart PLS 4*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dari media sosial terhadap niat penggunaan, sedangkan *influencer* terhadap niat penggunaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.

Kata Kunci: Bank Digital, Generasi Z, *influencer*, Media Sosial, Niat Penggunaan, PLS-SEM, SeaBank.

ABSTRACT

AMEERA DANISH ARISTA. *The Influence of Social Media and Influencer on Gen Z's Intention to Use SeaBank Services in DKI Jakarta. Supervised by ZENAL ASIKIN and ANGGI MAYANG SARI.*

The development of information technology has become a major pillar in meeting the needs of modern society, especially in social and economic contexts. Generation Z, as a generation born in the digital era (*digital natives*), spends a lot of time on social media, making this platform an effective means of conveying marketing messages through influencers. With the strong influence of social media and influencers, it is expected that Gen Z will be more motivated to try and use digital banking services such as SeaBank. This study was conducted in the DKI Jakarta area. The sample studied was Generation Z aged 17-28 years domiciled in DKI Jakarta and used the SeaBank application at least once in the past year, with a total of 100 respondents selected using convenience sampling techniques. The analysis method used is descriptive analysis and SEM-PLS analysis with the Smart PLS 4 application. The results of the study indicate that there is a positive and significant influence of social media on intention to use, while influencers on intention to use have a positive but insignificant effect.

Keywords: Digital Bank, Generation Z, Influencer, Intention to use, PLS-SEM, SeaBank, Social Media.

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025 Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *INFLUENCER* TERHADAP NIAT PENGGUNAAN LAYANAN SEABANK OLEH GENERASI Z DI DKI JAKARTA

AMEERA DANISH ARISTA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M
2. Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial dan *Influencer* Terhadap Niat Penggunaan Layanan Seabank Oleh Gen Z di DKI Jakarta

Nama : Ameera Danish Arista

NIM : K1401211111

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Zenal Asikin, PhD

Pembimbing 2:
Anggi Mayangsari, S.Si, M.B.A



Digitally signed by:
Zenal Asikin

Date: 16 Mei 2025 18:51:53 WIB
Verify at disign.ipb.ac.id



digitally signed
Anggi Mayangsari, S.Si, M.B.A

Diketahui oleh

Ketua Program Studi Bisnis:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001



digitally signed
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

Tanggal Ujian: 29 April, 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan September 2024 sampai bulan Maret 2025 ini ialah Manajemen Pemasaran, dengan judul “Pengaruh Media Sosial dan Influencer Terhadap Niat Penggunaan Layanan Seabank Oleh Gen Z di DKI Jakarta”.

Dalam penulisan karya ilmiah ini banyak sekali tantangan yang perlu dihadapi, namun berkat bimbingan, dukungan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak, karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penyelesaian karya ilmiah ini, yaitu:

1. Allah SWT yang telah membantu melancarkan segala urusan hambanya dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Zenal Asikin, PhD dan Anggi Mayangsari, S.Si, M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah membantu membimbing dan memberikan saran dalam proses penyelesaian penelitian ini.
3. Ayahanda Risnandar Taufik, Ibunda Winddy Meilantiasari, dan Shahira Zakiyyah Arista sebagai saudara kandung, serta seluruh keluarga besar atas doa, semangat, dan dukungan yang selama ini telah diberikan.
4. Nicholas Ilham Zuvian selaku kerabat terdekat penulis yang telah memberikan motivasi, bantuan dari berbagai aspek, doa, dan semangat dalam penyusunan karya ilmiah ini.
5. Pihak SeaBank serta mentor saya yang telah memberikan izin penelitian dan bantuan selama proses penelitian ini.
6. Sahabat penulis, diantaranya Ayu, Dea, Nafisa, Neyla, Nabila, Nadia, Jason dan semua sahabat penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan motivasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
7. Rekan-rekan Sekolah Bisnis IPB Angkatan 58, pihak dari Sekolah Bisnis IPB University yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Mei 2025

Ameera Danish Arista

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Teori Pemasaran	9
2.2 <i>Information Adoption Model (IAM)</i>	9
2.3 <i>One-Step Flow of Communication Theory</i>	11
2.4 Media Sosial dalam Pemasaran	11
2.5 <i>Influencer</i>	12
2.6 Niat Penggunaan (<i>Intention to Use</i>) Perbankan Digital	14
2.7 Kerangka Konseptual	15
2.8 Penelitian Terdahulu	16
2.9 Kerangka Pemikiran	19
III METODE PENELITIAN	21
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data	21
3.3 Teknik Pengumpulan dan Analisis Data	22
3.4 Definisi Operasional Variabel	23
3.5 Model Analisis Penelitian Menggunakan SEM-PLS	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	27
4.2 Karakteristik Responden	28
4.3 Pengaruh Media Sosial dan <i>Influencer</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	32
4.4 Pembahasan Niat Penggunaan Gen Z terhadap SeaBank	38
4.5 Implikasi Manajerial	39
V KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	49
RIWAYAT HIDUP	52



DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	17
2	Skala <i>likert</i>	23
3	Definisi operasional variabel	23
4	Evaluasi <i>measurement model</i>	25
5	Karakteristik responden	28
6	<i>Average variance extracted</i> (AVE)	33
7	Hasil uji <i>cross loading</i>	33
8	Hasil Uji <i>fornell-lacker criterion</i> setelah <i>dropping</i>	35
9	Hasil Uji <i>construct reliability</i> setelah <i>dropping</i>	35
10	Nilai <i>R-Square</i>	36
11	Hasil uji hipotesis <i>bootstrapping</i>	37
12	Implikasi manajerial menggunakan model POAC	40

DAFTAR GAMBAR

1	Proyeksi penggunaan bank digital di Indonesia (Finder 2021)	1
2	Merek bank digital yang paling diketahui Gen Z (Populix 2024)	3
3	Platform media sosial favorit di Indonesia (We Are Social 2024)	4
4	<i>Information Adoption Model</i> (IAM)	10
5	Kerangka Konseptual	16
6	Kerangka pemikiran	20
7	<i>Outer model</i> analisis SEM-PLS	26
8	Fitur aplikasi SeaBank (SeaBank 2025)	28
9	Persentase platform media sosial yang paling sering dilihat responden mengenai promosi SeaBank	30
10	Jenis konten <i>influencer</i> yang membuat responden tertarik untuk memakai SeaBank	31
11	Hasil analisis <i>outer model</i> awal	32
12	Hasil analisis <i>outer model</i> setelah dilakukan <i>dropping</i>	34
13	Hasil uji hipotesis setelah dilakukan <i>dropping</i>	37
14	<i>Outer loadings</i> sebelum <i>dropping</i>	50
15	<i>Construct reliability and validity</i> sebelum <i>dropping</i>	50
16	<i>Outer loadings</i> setelah <i>dropping</i>	50
17	<i>Path coefficients</i> setelah <i>dropping</i>	50
18	<i>R-Square</i> setelah <i>dropping</i>	51
19	Hasil uji <i>outer loadings bootstrapping</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil pengujian pada <i>software</i> SMARTPLS4	50
---	--	----