

**PENGARUH *SOCIAL ATTACHMENT* TERHADAP *AFFECTIVE COMMITMENT* DAN *CONTINUOUS USAGE INTENTION* PADA
APLIKASI TIKTOK**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
DEPARTEMEN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH
TIVRANDA RIZAKY HANDIKA**

NIM 041411231139

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2021

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN
SKRIPSI**

Surabaya, 17 Januari 2021

Skripsi telah selesai dan siap untuk:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sri Hartini', written over a horizontal line.

Dr. Sri Hartini, S.E., M.Si.

NIP. 196510251992032001

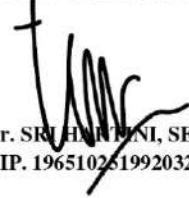
SKRIPSI

**PENGARUH *SOCIAL ATTACHMENT* TERHADAP *AFFECTIVE COMMITMENT*
DAN *CONTINUOUS USAGE INTENTION* PADA APLIKASI TIKTOK**

DIAJUKAN OLEH
TIVRANDA RIZAKY HANDIKA
NIM 041411231139

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. SRI HARTINI, SE., M.Si.
NIP. 196510261992032001

TANGGAL 22 FEBRUARI 2022

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. DIEN MARDHIYAH, SE., M.Si.
NIP. 197211181999032001

TANGGAL 23 FEBRUARI 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Tivranda Rizaky Handika, 041411231139, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, Juni 2021



Tivranda Rizaky Handika
NIM: 041411231139

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Selama penulisan skripsi, penulis tidak terlepas dari hambatan yang ada, namun berkat bantuan dari berbagai pihak sehingga menjadikan semua hambatan dapat teratasi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, antara lain:

1. Prof. Dr. Dian Agustia., SE., MSi., Ak., CMA., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
2. Dr. Gancar C. Premananto SE., M.Si., selaku Ketua Departemen Manajemen Universitas Airlangga Surabaya.
3. Dr. Dien Mardhiyah, SE.,M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
4. Drs. Sri Hartini SE., MSi., selaku dosen pembimbing yang sabar, tegas, dan selalu meluangkan waktunya untuk membimbing. Terima kasih telah memberikan konsultasi saran, serta nasihat selama penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa kuliah.
6. Seluruh staf Departemen Manajemen, dan karyawan-karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah memberikan informasi-informasi yang sangat membantu penulis.
7. Kedua orang tua penulis, bapak Didik Prasetyo dan ibu Panca Indah Hayatiningsih yang senantiasa memberikan doa, perhatian serta motivasi kepada saya. Terima kasih telah percaya kepada saya dan selalu mendukung dikala saya mengalami hal terburuk dalam hidup saya.
8. Kakak penulis, Tanaya Hadi Pratama yang memberikan saya dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Sahabat kontrakan ibu Wiwik, Hermawan, Driyan, Izzan, Satrio, Kuku, Daisya, Ronal, Rizal, Hardvansah, Rismantono, Bagastara, Dio, Fariz, Mahardion, Adrian, Dimas, Anika, Ais, Mila, Intan, Alfian, Diar, Tivra, Audi, Dimitri, Oky, Aldi, Cipeng, Febrian yang selalu bergurau pada waktu yang kurang tepat dan mengusik disaat sibuk.
10. Keluarga Bri6, Master, Dicky, Hendry, Angga, Dina, Rastra, Atina, Jualita, Dhany, Rifky, Yoga, yang selalu menghibur.
11. Sahabat buang sampah, Arykukuh, Indra, Sendy yang selalu mendengar dan berbagi dongeng penyemangat.
12. Sahabat Ber6 kikik, Jojo, Ayin, Nat, Aid, yang selalu memberi semangat.
13. Teman-teman satu dosen pembimbing, yang saling memberikan support dan informasi terkait penulisan skripsi.
14. Teman-teman Manajemen 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang menjadi penyemangat bagi penulis.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan untuk penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Seluruh kritik dan saran akan diterima penulis dengan senang hati, sehingga skripsi ini menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi orang lain.

Surabaya, Juni 2021



Tivranda Rizaky Handika

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social attachment* terhadap *affective commitment* dan *continuous usage intention* pada aplikasi TikTok. Terdapat 3 dimensi pada *social attachment* yaitu *social connection*, *social dependence*, dan *social identity*. Penelitian ini menggunakan 250 responden sebagai sampel dengan kriteria memiliki aplikasi TikTok yang terpasang pada perangkat seluler dan aktif menggunakannya. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *survey* yang penyebarannya dilakukan dengan menyebarkan *form* secara *online* melalui kuisisioner yang dibuat di Google Forms., dan Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan teknik (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa *social attachment* berpengaruh terhadap *affective commitment* dan *continuous usage intention*, *affective commitment* berpengaruh terhadap *continuous usage intention* serta *affective commitment* berperan sebagai mediasi antara *social attachment* dan *continuous usage intention* pada aplikasi TikTok.

Kata kunci: *social attachment*, *affective commitment*, *continuous usage intention*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of social attachment on affective commitment and continuous usage intention on the TikTok application. There are 3 dimensions to social attachment, namely social connection, social dependence, and social identity. This study uses 250 respondents as a sample with the criteria of having the TikTok application installed on a mobile device and actively using it. The sampling method used a survey technique whose distribution was carried out by distributing online forms through questionnaires made in Google Forms., and the analysis technique in this study used a Partial Least Square (PLS) based technique (SEM). Based on the results of the analysis, it can be concluded that social attachment affects affective commitment and continuous usage intention, affective commitment affects continuous usage intention and affective commitment acts as a mediation between social attachment and continuous usage intention on the TikTok application.

Keywords: social attachment, affective commitment, continuous usage intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Konsep Pemasaran	13
2.1.1 Social Influences Theory	15
2.1.3 Theory of Reasoned Action	16
2.1.4 Social Attachment	17
2.1.5 Affective Commitment	19
2.1.6 Continued Usage Intention	19
2.2 Penelitian Sebelumnya	20
2.2.1 Penelitian Wang, E. S. T., & Chou, N. P. Y. (2016).....	20
2.2.2 Penelitian Yang, M., Hu, S., Kpandika, B. E., & Liu, L. (2020)21	

2.3 Hubungan antar Variabel	22
2.3.1 Hubungan antara social attachment dengan continuous usage intention	22
2.3.2 Hubungan antara social attachment dengan affective commitment	24
2.3.3 Hubungan antara affective commitment dengan continuous usage intention	25
2.3.4 Peranan affective commitment sebagai mediasi hubungan antara social attachment dengan continuous usage intention.....	27
2.4 Hipotesis	28
METODE PENELITIAN	30
3.1 Pendekatan Penelitian.....	30
3.2 Identifikasi Variabel	31
3.2.1 3.2.1. Variabel Eksogen.....	31
3.2.2 3.2.2. Variabel Endogen	31
3.2.3 3.2.3. Variabel Mediasi	31
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.3.1 Social Attachment	32
3.3.2 Affective Commitment	34
3.3.3 Continuous Usage Intention.....	34
3.4 Jenis dan Sumber Data	35
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7 Prosedur Pengumpulan Data.....	37
3.8 Teknik Analisis Data	38
3.8.1 Measurement (Outer) Model	39
3.8.1.1 Validilitas dan Realibilitas	39
3.8.2 Structural (Inner) Model	40
3.8.3 Alasan Menggunakan Partial Least Square (PLS)	40
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42

4.2 Karakteristik Responden.....	42
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Per Bulan.....	44
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Utama	45
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan asal Domisili Responden	46
4.2.6 Frekuensi Responden dalam Menggunakan Aplikasi TikTok	48
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	49
4.3.1 Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Social Connection</i>	50
4.3.2 Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Social Dependence</i>	51
4.3.3 Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Social Identity</i>	52
4.3.4 Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Affective Commitment</i>	53
4.3.5 Deskripsi Jawaban atas Variabel <i>Continuous Usage Intention</i>	54
4.4 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis	56
4.4.1 Pengujian Measurement (Outer) Model	56
4.4.1.1 Convergent Validity	56
4.4.2 Discriminant Validity	60
4.4.3 Reliabilitas.....	60
4.4.4 Pengujian <i>Structural (Inner)</i> Model	62
4.4.4.1 R-Square Model.....	62
4.4.4.2 Pengujian Validitas Model Keseluruhan (Outer dan Inner Model)	63
4.4.4.3 Estimasi koefisien jalur	65
4.4.5 Pengujian Hipotesis	67
4.5 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	71
<i>social connection</i> berpengaruh positif terhadap <i>affective commitment</i>	71
4.6 Pembahasan.....	72
4.6.1 Social attachment terhadap continuous usage intention	72

4.6.2 Affective commitment terhadap continuous usage intention .	73
4.5.3 Social attachment dengan affective commitment	74
4.6.4 Peranan affective commitment sebagai mediasi hubungan antara social attachment dengan continuous usage intention.....	76
SIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Kontribusi Penelitian	77
5.2.1 Bagi Pihak Akademisi	77
5.2.2 Bagi Pihak Pemasar	78
5.3 Keterbatasan dan Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Per Bulan	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Utama	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan asal Domisili	44
Tabel 4.6 Intensitas Responden dalam Menggunakan Aplikasi TikTok	46
Tabel 4.7 Kategori <i>Mean</i> dari Skor <i>Interval</i>	47
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Connection</i>	48
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Dependence</i>	49
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Identity</i>	51
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Affective Commitment</i>	52
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Continuous Usage Intention</i>	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas (Uji Hasil Loading Factor)	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas <i>Composite Reliability</i>	59
Tabel 4.15 <i>R-Square</i>	61
Tabel 4.16 Hasil Rata-Rata <i>Communalities</i>	62
Tabel 4.17 Hasil Rata-Rata <i>R-Square</i>	63
Tabel 4.18 <i>Path Coefficient</i> dan <i>T-Statistics</i>	65
Tabel 4.19 <i>Specific Indirect Effects</i>	66
Tabel 4.20 Rangkuman Uji Hipotesis	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Outer Loading</i>	55
Gambar 4.2 Hasil <i>Bootstrapping</i>	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	85
Lampiran 2 TABULASI DATA KUISONER	89
Lampiran 3 HASIL UJI PLS <i>ALGORITHM</i>	99
Lampiran 4 HASIL UJI <i>BOOTSTRAPPING PLS</i>	107