

**PERAN STRATEGIS SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MEMEDIASI
SUSTAINABILITY MARKETING DAN ENTREPRENEURIAL ORIENTATION
TERHADAP KINERJA UKM KAFE: SEBUAH PENDEKATAN *EXPLANATORY
SEQUENTIAL***

(STUDI KASUS CAFÉ DI KABUPATEN JEMBER, JAWA TIMUR, INDONESIA)

TESIS

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen (S2) dan memperoleh gelar Magister Manajemen



**DHIRA ERVINA SAFITRI
NIM. 2420412001**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : DHIRA ERVINA SAFITRI
NIM : 2420412001
PROGRAM STUDI : MAGISTER MANAJEMEN

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa TESIS yang berjudul: **Peran Strategis *Social Media Marketing* dalam Memediasi *Sustainability Marketing* dan *Entrepreneurial Orientation* terhadap Kinerja UKM Kafe: Sebuah Pendekatan *Explanatory Sequential*** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 08 Oktober 2025

Yang menyatakan,



DHIRA ERVINA SAFITRI

NIM. 2420412001

TESIS

**PERAN STRATEGIS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DALAM MEMEDIASI
SUSTAINABILITY MARKETING DAN *ENTREPRENEURIAL ORIENTATION*
TERHADAP KINERJA UKM KAFE: SEBUAH PENDEKATAN *EXPLANATORY*
SEQUENTIAL
(STUDI KASUS CAFÉ DI KABUPATEN JEMBER, JAWA TIMUR, INDONESIA)**

DHIRA ERVINA SAFITRI
2420412001

Pembimbing :

Dosen pembimbing utama

: Dr. Budi Santoso, S.E., M.Akun., M.M

Dosen pembimbing utama Pendamping : Dr. Nursaid, S.T., M.M

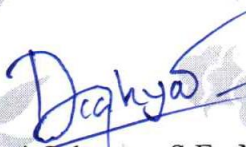


PENGESAHAN

Tesis berjudul; *Peran Strategis Social Media Marketing dalam Memediasi Sustainability Marketing dan Entrepreneurial Orientation terhadap Kinerja UKM Kafe: Sebuah Pendekatan Explanatory Sequential*, atas nama Dhira Ervina Safitri telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 08 Oktober 2025
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Dr. Dwi Cahyono, S.E., M.Si., Ak
NPK. 197011201990278

Anggota 1,


Dr. Budi Santoso, S.E., M.Akun., M.M
NPK. 1973100911139340

Anggota 2,


Dr. Nursaid, S.T., M.M
NPK. 1969031211509701

Mengesahkan:

Dekan,


Maheni Ika Sari, S.E., M.M
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi,


Dr. Budi Santoso, S.E., M.Akun., M.M
NPK. 1973100911139340

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan tesis iniseseuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tesis ini diantaranya:

1. Dr. Hanafi, M.Pd selaku rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Budi Santoso, S.E.,M. Akun., M.M sebagai Ketua Program Studi Pascasarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember serta selaku pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan sehingga penelitian ini berjalan sesuai dengan yang diharapkan.
4. Dr. Nursaid, S.T., M.M selaku pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan sehingga penelitian ini berjalan sesuai dengan yang diharapkan.
5. Dr. Dwi Cahyono, S.E., M.Si., Ak. selaku ketua tim penguji.
6. Abdullah Efendi, selaku Ayah dari penulis terima kasih atas dukungan, semangat, dan kasih sayang yang tak terhingga sampai akhirnya penulis bisa menyelesaikan tesis ini.
7. Almh. Dewi Ratna Wati, Pintu Surga bagi Penulis yang selama ini selalu memberikan ridha, semangat dan motivasi semasa hidupnya serta selalu yakin bahwa anak pertamanya akan menjadi Magister pertama di keluarga kecilnya, sampai saat ini terwujud.
8. Prof. Handoyo Puji Widodo sebagai motivator bagi penulis.
9. Fitri Dewi Angraini, Revaldo Prasetya Wardana dan Revaldi Prasetya Wardana, adik-adik penulis yang selalu sabar membantu Penulis dan memberi semangat agar terselesainya tesis ini.
10. Civitas akademika Universitas Muhammadiyah Jember.
11. Narasumber kafe yang ada di Jember telah memberikan informasi berharga untuk penelitian ini.

MOTTO

“Ketika semangat bertemu dengan usaha, tidak ada mimpi yang terlalu jauh untuk digapai.
Setiap kerja keras saat ini adalah investasi untuk masa depan yang gemilang.”

-Dhira Ervina Safitri-



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Magister Manajemen di Universitas Muhammadiyah Jember dengan judul tesis **“Peran Strategis Social Media Marketing dalam Memediasi Sustainability Marketing dan Entrepreneurial Orientation terhadap Kinerja UKM Kafe: Sebuah Pendekatan Explanatory Sequential”** .

Tesis ini tidak akan berhasil tanpa bimbingan, arahan dan kerjasama dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan Pascasarjana;
2. Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang sejak awal perkuliahan selalu memberikan masukan atas kesempurnaan dalam penyelesaian tesis ini;
3. Dr. Budi Santoso, S.E., M.Akun., M.M selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember dan juga selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta dukungan motivasi dalam membimbing penulisan tesis ini;
4. Dr. Nursaid, S.T., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulisan tesis ini;
5. Dr. Dwi Cahyono, S.E., M.Si., Ak. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan perbaikan-perbaikan yang sangat bermanfaat dalam menyusun tesis ini;
6. Segenap Dosen pengampu mata kuliah di Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan;
7. Abdullah Efendi, selaku Ayah dari penulis terima kasih atas dukungan, semangat, dan kasih sayang yang tak terhingga sampai akhirnya penulis bisa menyelesaikan tesis ini;
8. Almh. Dewi Ratna Wati, Pintu Surga bagi Penulis yang selama ini selalu memberikan ridha, semangat dan motivasi semasa hidupnya serta selalu yakin bahwa anak pertamanya akan menjadi Magister pertama di keluarga kecilnya, sampai saat ini terwujud;
9. Prof. Handoyo Puji Widodo sebagai motivator bagi penulis;
10. Fitri Dewi Angraini, Revaldo Prasetya Wardana, dan Revaldi Prasetya Wardana, adik penulis yang selalu sabar dan memberi semangat agar terselesainya tesis ini;
11. Civitas akademika Universitas Muhammadiyah Jember;
12. Narasumber kafe yang ada di Jember telah memberikan informasi berharga untuk penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa sebagai manusia biasa yang tidak lepas dari suatu kesalahan tentunya kekurangan-kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Besar

harapan penulis apabila ada kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga tesis ini dapat digunakan bagi pihak-pihak yang butuhkan sesuai maksud dan tujuan sebagaimana mestinya.

Jember, 08 Oktober 2025

Penulis,



DHIRA ERVINA SAFITRI

NIM. 2420412001



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN TESIS	iii
PENGESAHAN TESIS	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 <i>Grand Theory</i> atau Teori Umum.....	6
2.2 Tinjauan Teori.....	7
2.2.1 Resource-Based View (RBV) Theory.....	7
2.2.2 Stakeholder Theory.....	9
2.2.3 Sustainability Marketing.....	10
2.2.4 Entrepreneurial Marketing.....	10
2.2.5 Social Media Marketing.....	11
2.2.1 Kinerja UKM Kafe.....	12
2.3 Penelitian Terdahulu.....	13
2.4 Kerangka Konseptual.....	25
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	26

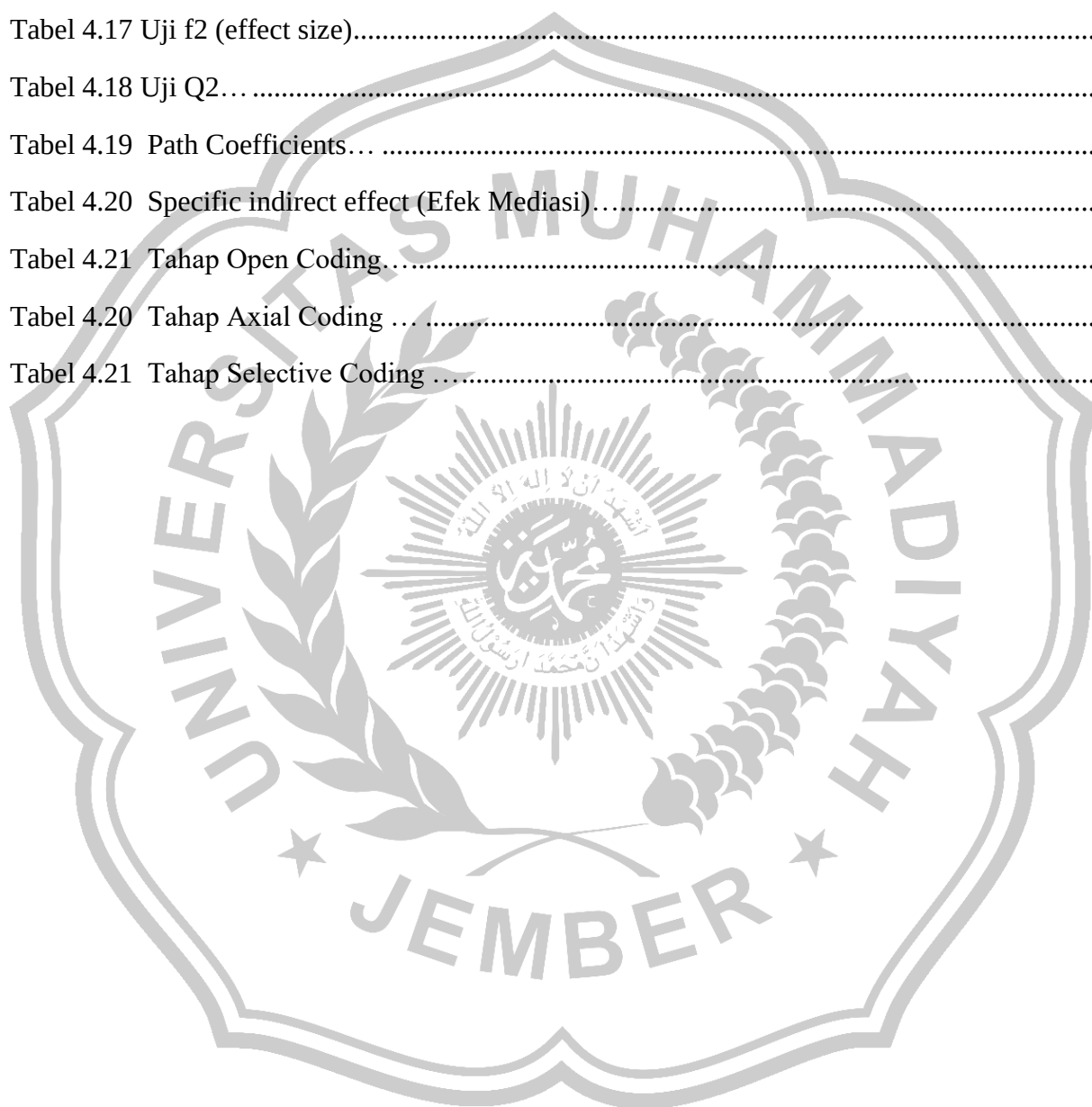
2.5.1 Sustainability marketing berpengaruh positif terhadap kinerja UKM kafe di Kabupaten Jember	26
2.5.2 Entrepreneurial orientation berpengaruh positif terhadap kinerja UKM kafe di Kabupaten Jember	27
2.5.3 Social media marketing berpengaruh positif terhadap kinerja UKM kafe di Kabupaten Jember	28
2.5.4 Sustainability marketing berpengaruh positif terhadap social media marketing pada UKM kafe di Kabupaten Jember	28
2.5.5 Entrepreneurial orientation berpengaruh positif terhadap social media marketing pada UKM kafe di Kabupaten Jember	29
2.5.6 Social media marketing memediasi hubungan antara sustainability marketing dan kinerja UKM kafe	30
2.5.7 Social media marketing memediasi hubungan antara entrepreneurial orientation dan kinerja UKM kafe	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Desain Penelitian	33
3.3 Definisi Operasional	34
3.4 Jenis dan Sumber Data	36
3.5 Populasi dan Sampel.....	36
3.5.1 Populasi	36
3.5.2 Sampel	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.7.1 Kuantitatif.....	40
3.7.2 Kualitatif.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Profil Tempat Penelitian.....	43
4.1.1 Gambaran Umum	43
4.2 Data Penelitian.....	43
4.1.2 Karakteristik Responden.....	43
4.1.3 Karakteristik Partisipan Wawancara	45
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	46

4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Sustainability Marketing</i> (X1).....	46
4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Entrepreneurial orientation</i> (X2).....	47
4.3.3 Deskripsi Variabel <i>Social Media Marketing</i> (Z).....	48
4.3.4 Deskripsi Variabel Kinerja UKM Kafe (Y)	49
4.4 Analisis Data	50
4.4.1 Kuantitatif.....	50
4.4.1.1 Uji <i>Outer Model</i>	51
4.4.1.2 Analisis Model Struktural (<i>inner model</i>).....	56
4.4.1.3 Pengujian Hipotesis	58
4.4.2 Kualitatif.....	62
4.4.2.1 Tahap Open Coding.....	62
4.4.2.2 Tahap Axial Coding	63
4.4.2.3 Tahap Selective Coding.....	63
4.4.2.4 Temuan Teoritis.....	64
4.5 Pembahasan	64
4.5.1 Pengaruh <i>Sustainability Marketing</i> terhadap Kinerja UKM Kafe.....	64
4.5.2 Pengaruh <i>Entrepreneurial Orientation</i> terhadap Kinerja UKM Kafe.....	65
4.5.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Kinerja UKM Kafe	66
4.5.4 Pengaruh <i>Sustainability Marketing</i> terhadap <i>Social Media Marketing</i> pada Kinerja UKM Kafe	67
4.5.5 Pengaruh <i>Entrepreneurial Orientation</i> terhadap <i>Social Media Marketing</i> pada Kinerja UKM Kafe.....	68
4.5.6 Pengaruh <i>Sustainability Marketing</i> terhadap Kinerja UKM Kafe melalui <i>Social Media Marketing</i>	70
4.5.7 Pengaruh <i>Entrepreneurial Orientation</i> terhadap Kinerja UKM Kafe melalui <i>Social Media Marketing</i>	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
5.2.1 Bagi Pelaku Kafe (Praktisi Usaha)	73
5.2.2 Bagi Akademisi	74
5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Gentjan Çera & Valentina Ndou (2024).....	13
Tabel 2.2 Penelitian Jalal Rajeh Hanaysha & Mohammed Emad Al-Shaikh (2024).....	14
Tabel 2.3 Penelitian Ari Prabowo & Taufiq Risal (2023).....	15
Tabel 2.4 Penelitian Jenny Rosita dkk. (2023).....	16
Tabel 2.5 Penelitian Dicky Hida Syahchari dkk. (2023).....	17
Tabel 2.6 Penelitian Patrick Amfo Anim, Emmanuel Arthur & George Kofi Amoako (2023)....	18
Tabel 2.7 Penelitian Qalati et al., (2022).....	19
Tabel 2.8 Penelitian Sayed Darwish Elgarhy & Mohamed Abou-Shouk (2022).....	20
Tabel 2.9 Penelitian Chatterjee et al., (2021)	21
Tabel 2.10 Penelitian Perengki Susanto et al., (2021).....	22
Tabel 2.11 Penelitian James M. Crick, Masoud Karami & Dave Crick (2021).....	23
Tabel 2.12 Penelitian Mukhamad Najib, Stevia Septiani & Siti Nurlaela (2020).....	24
Tabel 3.1 Indikator Variabel.....	35
Tabel 3.2 Demografi Partisipan.....	37
Tabel 3.3 Pemberian Skor Penilaian Angket.....	38
Tabel 3.4 Pertanyaan Wawancara	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.2 Usia Responden.....	44
Tabel 4.3 Lama Mengunjungi Kafe.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Partisipan Wawancara	46
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Sustainability Marketing (X1)....	47
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Entrepreneurial orientation (X2)	48
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Social media marketing (Z).....	49
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kinerja UKM Kafe (Y)	50
Tabel 4.9 Convergent Validity Variabel Sustanability Marketing.....	51
Tabel 4.10 Convergent Validity Variabel Entrepreneurial orientation	52
Tabel 4.11 Convergent Validity Variabel Social Media Marketing.....	53

Tabel 4.12 Convergent Validity Variabel Kinerja UKM Kafe	53
Tabel 4.13 Cross Loading.....	54
Tabel 4.14 Average Variance Extracted (AVE).....	55
Tabel 4.15 Cronbach's Alpha	56
Tabel 4.16 R Square	57
Tabel 4.17 Uji f2 (effect size).....	57
Tabel 4.18 Uji Q2....	58
Tabel 4.19 Path Coefficients....	60
Tabel 4.20 Specific indirect effect (Efek Mediasi).....	61
Tabel 4.21 Tahap Open Coding.....	62
Tabel 4.20 Tahap Axial Coding	63
Tabel 4.21 Tahap Selective Coding	63



DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Teori.....	6
2.2 Grafik RBV oleh Barney (1991).....	8
2.3 Kerangka Konseptual	25
4.1 <i>Boostrapping</i>	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Penelitian.....	84
Lampiran 3 Appendix.....	90

