

ABSTRAK

Prabasari, Miranti Dian. 2022. Skripsi. **Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian mengenai *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna *Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan hubungan kausalitas yaitu yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel dimana variabel X_1 media sosial, variabel X_2 kepercayaan, dan variabel Y kepuasan pengguna. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling purposive yang berjumlah 97 responden yang berasal dari *follower Facebook* Pemerintah Kota Probolinggo. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program IBM SPSS versi 22.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Media sosial dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pengguna yang dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($67,066 > 3,09$) sig. $0,000 < 0,05$. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Paruntu dkk (2021), Manurung (2020) dan Andira (2020). (2) Media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($2,234 \geq 1,661$) sig. $0,028 \leq 0,05$. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andira dkk (2020), Barus & Silalahi (2021) dan Manurung (2021). (3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($4,661 \geq 1,661$) sig. $0,000 \leq 0,05$. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andira dkk (2020), Manurung (2020) dan Barus dan Silalahi (2021). Hasil uji analisis determinasi diperoleh *R square* 58,8%, sedangkan sisanya sebesar 41% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti saat ini, diantaranya motivasi, loyalitas dan keputusan.

Kata kunci: Media Sosial, Kepercayaan, Kepuasan Pengguna *Facebook*

ABSTRACT

Prabasari, Miranti Dian. 2022. Thesis. The Effect of Social Media and Trust on Facebook User Satisfaction Probolinggo City Government. Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.

Research on the Probolinggo City Government's Facebook with the aim of knowing the effect of social media and trust on the satisfaction of Probolinggo City Government Facebook users.

The type of research used is quantitative and causal relationship, which is structured to examine the possibility of a causal relationship between variables where the variable X_1 social media, variable X_2 trust, and variable Y user satisfaction. The sampling technique used is purposive sampling, totaling 97 respondents from Facebook followers of the Probolinggo City Government. The data collection technique used a questionnaire with Likert scale measurements that had been tested for validity and reliability. The data analysis technique used multiple linear regression analysis with the help of the IBM SPSS version 22.0 program.

The results showed that: (1) Social media and trust had a positive and significant effect simultaneously on user satisfaction as evidenced by the value of $F_{count} > F_{table}$ ($67.066 > 3.09$) sig. $0.000 < 0.05$. This research is supported by previous research conducted by Paruntu et al (2021), Manurung (2020) and Andira (2020). (2) Social media has a positive and partially significant effect on user satisfaction as evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($2.234 > 1.661$) sig. $0.028 < 0.05$. This research is supported by previous research conducted by Andira et al (2020), Barus & Silalahi (2021) and Manurung (2021). (3) Trust has a positive and partially significant effect on user satisfaction as evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($4.661 > 1.661$) sig. $0.000 < 0.05$. This research is supported by previous research conducted by Andira et al (2020), Manurung (2020) and Barus and Silalahi (2021). The results of the determination analysis test obtained R square 58.8%, while the remaining 41% was influenced by other variables not studied at this time, including motivation, loyalty and decisions.

Keywords: Social Media, Trust, Facebook User Satisfaction