



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**Pengaruh *Viral Marketing* dan *Brand Image*
Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus
Pada Platform *Online* Tokopedia)**

Fitri Noer Ariyanti
151500146

Dosen Pembimbing
Drs.Sugijanto,M.Ak

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
2019

**Pengaruh *Viral Marketing* dan *Brand Image* Terhadap
Keputusan Pembelian
(Studi Kasus Pada Platform *Online* Tokopedia)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

FITRI NOER ARIYANTI

NIM : 151500146

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2019**

Motto

Tiada doa yang lebih indah agar skripsi ini cepat ACC dan selesai.

ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alenia, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana kuterima, orang tua, calon suami dan calon mertua pun bahagia.

saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi dan saya menang.

skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai 😊

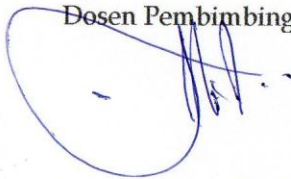
~FNA~

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal : 11 Maret 2019

Dosen Pembimbing,



Drs.Sugijanto,M.Ak
NIP/NPP : 0501487DY

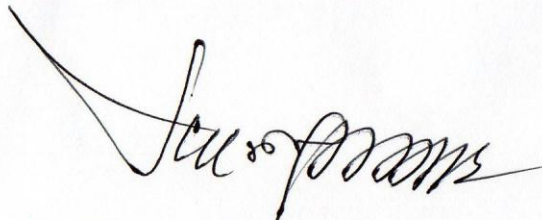
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

**Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:**

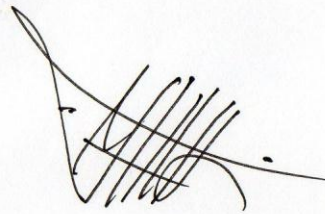
**Pada Hari : Minggu
Tanggal : 28 April
Tahun : 2019**

Penguji I,

Penguji II,



Drs. I Ketut Surabagiarta, SE, MM
NPP : 1701834/DY



Dra. Hj. Yuni Sukandani, SE, MM
NPP : 8611142/DY

HALAMAN PENGESAHAN

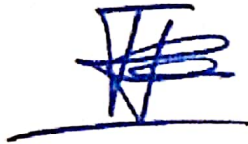
Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Platform *Online Tokopedia*)

Identitas Mahasiswa :

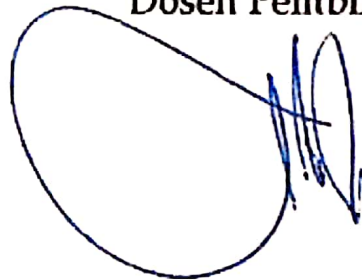
1. Nama : Fitri Noer Ariyanti
2. NIM : 151500146
3. Program Studi : Manajemen
4. Fakultas : Ekonomi
5. Alamat *e-mail* : fitrinoerariyanti@gmail.com

Mengetahui,
Ketua Program Studi,

Surabaya, 13 Mei 2019
Dosen Pembimbing,



Tony Susilo Wibowo, SE, MPd, MSM
NPP : 0709494/DY



Drs. Sugijanto, M. Ak
NIP/NPP : 0501487/DY



Drs. Siti Istikhoroh, Msi

NIP : 196710191992032001

SURAT PERYANTAAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitri Noer Ariyanti

NIM : 151500146

Program Studi : Manajemen G 2015

Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

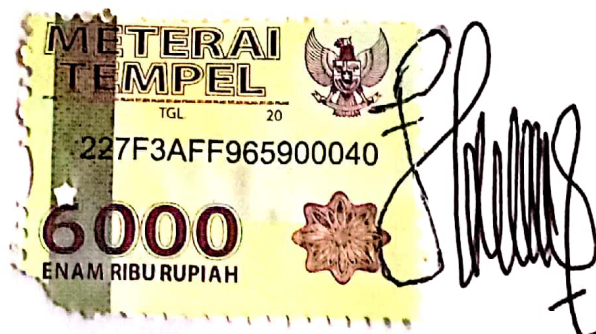
Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : Pengaruh *Viral Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Platform Online Tokopedia) yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2018.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 11 Maret 2019

Mahasiswa,



Fitri Noer Ariyanti

NIM: 151500146

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **"Pengaruh *Viral Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Platform Online Tokopedia)"**

Selama proses penulisan hingga terselesainya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Drs. H. Djoko Adi Waluyo, ST.,MM.,DBA selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Dra. Siti Istikhoroh, Msi. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Tony Susilo Wibowo SE.,MPd.,MSM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Drs.Sugijanto,M.Ak selaku Dosen Pembimbing skripsi. Saya persembahkan rasa Terima kasih yang terdalam karena telah meluangkan perhatiannya, waktunya dan kesan tak terlupakan karena sudah menjadi pembimbing yang selalu memberikan motivasi sehingga semangat menyelesaikan skripsi ini bisa lulus dengan tepat waktu dengan nilai terbaik.
5. Kedua orang tua saya tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, semangat, perhatian dan doa yang sangat berarti, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

6. Sahabat tercinta saya Afdiatul Inayah dan Sholika Iman Sari yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Tak lupa seluruh teman-teman dari kelas Manajemen G 2015 yang turut membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 11 Maret 2019
Penulis,

***Pengaruh Viral Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian
(Studi Kasus Pada Platform Online Tokopedia)***

Fitri Noer Ariyanti

151500146

Dosen Pembimbing

Drs. Sugijanto, M.Ak

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Tokopedia, (2) Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Online Tokopedia, dan (3) Pengaruh Viral Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Online Tokopedia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling atau pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah 40 orang Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Program Studi Manajemen Angkatan 2015 Semester Ganjil 2017-2018. Teknik pengumpulan data menggunakan Kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Viral Marketing dan Brand Image berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan Pembelian Online Tokopedia.

Kata Kunci : Viral Marketing, Brand Image, Keputusan Pembelian

*The Influence Of Viral Marketing And Brand Image On Buying
Decision
(A Case Study Of Platform Online Tokopedia)*

*Fitri Noer Ariyanti
151500146
Preceptor
Drs. Sugijanto,M.Ak*

Abstract

This research was aimed for knowing : (1) The Influence Of Viral Marketing On Buying Decision Online Tokopedia, (2) The Influence Of Brand Image On Buying Decision Online Tokopedia, and (3) The Influence Of Viral Marketing and Brand Image On Buying Decision Online Tokopedia. This research used quantitative approach by applying data primary. This research used purposive sampling or took the samples based on spesific characteristics. The samples of this research were 40 students of the Faculty Economics at the state University PGRI Adi Buana Surabaya Management Study odd semester 2015 force 2017-2018. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability. Data analysis techniques used to answer the hypothesis is multiple regression. Based on the results of this study concluded that the Viral Marketing dan Brand Image velue has a significant positive effect on Buying Decision Online Tokopedia.

Keyword : Viral Marketing, Brand Image, Buying Decision

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Berita Acara Ujian Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	vii
Abstract	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TELAAH PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 <i>Viral Marketing</i>	15
2.2.2 <i>Brand Image</i>	19
2.2.2.1 Pengertian <i>Image</i>	19
2.2.2.2 Pengertian <i>brand</i> (merek)	20
2.2.2.3 Pengertian <i>brand image</i>	22
2.2.3 Keputusan Pembelian	24
2.3 Kerangka Konseptual	27
2.4 Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Rancangan Penelitian	30
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	37
3.6 Teknik Analisis Data	39
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.6.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	44
3.6.4 Uji Hipotesis	44
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Deskripsi Hasil Penelitian	47
4.2.2 Karakteristik Responden	48
4.2.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2.2 Berdasarkan Usia.....	49
4.3 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian	50
4.4 Analisis Data Penelitian.....	51
4.4.1 Persiapan Analisis Data.....	51
4.4.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	54
4.4.1.1 Uji Validitas	54
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57

4.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.5 Pembuktian Hipotesis dan Pembahasan	63
4.5.1 Hasil pengujian Hipotesis 1 Secara Parsial	63
4.5.2 Hasil Pengujian Hipotesis 2 Secara Parsial	64
4.5.3 Hasil Pengujian Hipotesis 3 Secara Simultan.....	64
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 SIMPULAN.....	70
5.2 SARAN	71
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Sekarang	9
3.1 Jumlah Responden Berdasarkan Belanja online di Tokopedia	34
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.3 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel.....	50
4.4 Persiapan Analisis Data.....	52
4.5 Uji Validitas	55
4.6 Uji Realibilitas.....	56
4.7 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	61
4.9 Hasil Uji-t.....	63
4.10 Hasil Uji-F.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	28
3.1 Rancangan Penelitian	32
4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..	49
4.3 Normal P-P Plot	58
4.4 Scalter Plot.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner dan Angket
- Lampiran 2 : Hasil olah data SPSS
- Lampiran 3 : Surat keterangan ijin penelitian
- Lampiran 4 : Daftar Hadir Peserta Seminar Proposal
- Lampiran 5 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 : Lembar Persetujuan
- Lampiran 7 : Lembar Persetujuan Artikel
- Lampiran 8 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi