



**UNIVERSITAS  
PGRIADI BUANA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN  
*INFLUENCER MARKETING* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
BARENBLISS PADA MAHASISWA PRODI  
MANAJEMEN UNIVERSITAS PGRI ADI  
BUANA SURABAYA**

RULLYA NUR FITRA  
191500001

Dosen Pembimbing  
Tri Arip Prabowo, S.E., M.Si

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2023

**PENGARUH VIRAL MARKETING DAN  
INFLUENCER MARKETING TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BARENBLISS  
PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**RULLYA NUR FITRA  
NIM : 191500001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbeliss pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

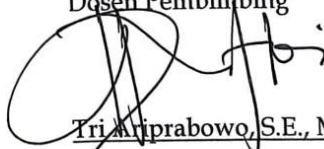
### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Rullya Nur Fitra
- b. NIM : 191500001
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

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

Tanggal : 24 Februari 2023

Dosen Pembimbing



Tri Ariprowo, S.E., M.Si  
NPP. 1809867/DY

## HALAMAN PENGESAHAN

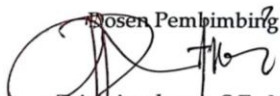
Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbeliss pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Identitas Mahasiswa :

- a. Nama : Rullya Nur Fitra
- b. NIM : 191500001
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya
- a. Alamat E-mail : rullya.nur.fitra.2000@gmail.com

Surabaya, 4 Maret 2023

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
  
I Made Bagus, Wicarta, S.E., M.M  
NPP : 1809698/DY

Dosen Pembimbing  
  
Tri Aripriabowo, S.E., M.Si  
NPP : 1809867/DY

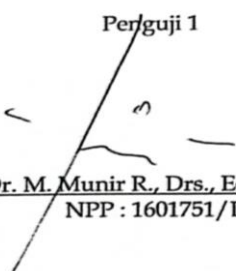
Menyetujui  
Dekan  
  
Tony Susilo Wibowo, SE., M.PD., MSM  
NPP. 0709494/DY

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini telah diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Progra Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adibuana Surabaya :

Nama : Rullya Nur Fitra  
NIM : 191500001  
Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbeliss pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
Hari : Jum'at  
Tanggal : 31 Maret  
Tahun : 2023

Penguji 1

  
Dr. M. Munir R., Drs., Ec., M.Si.,  
NPP : 1601751/DY

Penguji 2

  
Drs. Suharyanto, M.M  
NPP : 0101403/DY

## KATA PENGANTAR

AlhamdulillahRobbil'alamin, 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 Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbliss Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya”**.

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

1. Dr. Hartono, M.Si selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.PD, MSM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.M., M.M selaku Ketua Prodi Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Tri Aripabowo, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.

## MOTTO

“Tiada yang lebih peduli dengan hidupmu kecuali diri kamu sendiri.”

(Rullya Nur Fitra)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

AlhamdulillahRobbil'alamin, 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 *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbliss Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya"**. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak dan Ibu saya, terimakasih banyak atas segala doa yang tidak pernah berhenti dan selalu memberikan nasihat dan motivasi yang terbaik.
2. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan.
3. Kepada teman-teman yang telah memberikan dukungan selama pengerjaan skripsi ini.



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rullya Nur Fitra  
NIM : 191500001  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : “Pengaruh *Viral Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Barenbeliss pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya” yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022/2023 bersifat original. Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian 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, 3 Mei 2023

Mahasiswa,



Rullya Nur Fitra

191500001

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	5
1.3    Tujuan Penelitian.....	6
1.4    Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	9
TELAAH PUSTAKA.....	9

2.1	Penelitian Terdahulu.....	9
2.2	Landasan Teori.....	20
2.2.1	Manajemen Pemasaran.....	20
2.2.1.1	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	20
2.2.1.2	Fungsi Pemasaran.....	21
2.2.2	Perilaku Konsumen.....	21
2.2.3	<i>Media Social Marketing</i> .....	24
2.2.4	Pengertian <i>Viral Marketing</i> .....	26
2.2.5	Pengertian <i>Influencer Marketing</i> .....	28
2.2.6	Keputusan Pembelian.....	34
2.3	Kerangka Konseptual.....	37
2.4	Hipotesis.....	39
BAB III.....		43
METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Rencana Penelitian.....	43
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.2	Sampel.....	47
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	50
3.3.1	Jenis Data.....	50
3.3.2	Sumber Data.....	50
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51

3.5	Variabel Penelitian dan definisi Oprasional	
	Variabel.....	51
3.5.1	Variable Penelitian.....	51
3.5.2	Definisi Oprasional Variabel.....	52
3.6	Teknik Analisis Data.....	54
3.6.1	Uji Instrumen Penelitian.....	54
3.6.2.1	Uji Validitas.....	54
3.6.2.2	Uji Reliabilitas.....	54
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	55
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	56
3.6.3	Uji Pengaruh.....	56
3.6.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3.6.3.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	57
3.6.4	Hipotesis.....	57
3.6.4.1	Uji-t.....	57
3.6.4.2	Uji F.....	58
BAB IV	.....	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	.....	59
4.1	Hasil Penelitian.....	59
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.2	Karakteristik Responden.....	59
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	60
4.1	Pembahasan.....	95

4.2.1	Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
4.2.2	Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	96
4.2.3	Pengaruh Viral Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	97
BAB V.....		99
SIMPULAN DAN SARAN.....		99
5.1	Simpulan.....	99
5.2	Saran.....	99
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	99
5.2.2	Bagi Pemerintah.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....		101
LAMPIRAN		

