

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN *SOCIAL MEDIA* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA MELALUI
ELECTRONIC WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**



Oleh:

PUJI LESTARI EKA PUTRI

NPM: 18.1.02.11474

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2022

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN *SOCIAL MEDIA* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA MELALUI
ELECTRONIC WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**



Oleh:

PUJI LESTARI EKA PUTRI

NPM: 18.1.02.11474

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2022

**PENGARUH VIRAL MARKETING DAN SOCIAL MEDIA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA MELALUI
ELECTRONIC WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Pemasaran

Oleh:

PUJI LESTARI EKA PUTRI

NPM: 18.1.02.11474

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2022

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN *SOCIAL MEDIA*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA
MELALUI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

PUJI LESTARI EKA PUTRI

NPM: 18.1.02.11474

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 13 Agustus 2022**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Nur Laily, M.Si.

**Anggota : 1. Ir. Pontjo Bambang Mahargiono, M.M.
2. Dra. Aniek Wahyuati, M.M.**

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

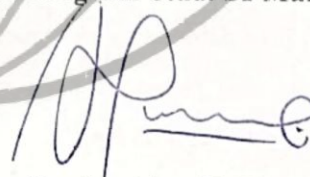
Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nur Laily, M.Si.



Dr. Suwito, M.Si.



Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : PUJI LESTARI EKA PUTRI

N.P.M : 18.1.02.11474

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN *SOCIAL MEDIA* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA MELALUI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA)

Diajukan untuk diuji pada tanggal 13 Agustus 2022, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 13 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,



Puji Lestari Eka Putri

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Puji Lestari Eka Putri
NPM : 1810211474
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 24 Agustus 2000
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 1 / Anak ke 1
Alamat Rumah : Rungkut Lor Gg. X / 26, Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Sjamsul Arif
Alamat Rumah : Rungkut Lor Gg. X / 26, Surabaya
No Telepon : 081332510815
Alamat Kantor : Jl. Rungkut Lor Gg. X / 26, Surabaya
Jabatan : Direktur CV

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD : SDN Kalirungkut II Surabaya Tahun 2012
2. Tamat SMP : SMP Dharma Wanita Surabaya Tahun 2015
3. Tamat SMA : SMK Ketintang Surabaya Tahun 2018
4. Perguruan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VIII	2018-2022	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Keterangan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya,



Puji Lestari Eka Putri

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan baik yang berjudul **“Pengaruh *Viral Marketing* dan *Social Media* terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia melalui *Electronic Word Of Mouth* sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)”**, yang merupakan syarat untuk memenuhi kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak baik moril dan materil yang bermanfaat dalam skripsi ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E, M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Nur Laily, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk membimbing saya dalam penyusunan skripsi dengan sabar dan memberikan saran yang membangun sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen STIESIA Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan berlangsung.

5. Orang tua tercinta yaitu bapak Sjamsul Arif dan ibu Tri Ari yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil serta doa tiada henti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga tersayang yang memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman yang telah memberikan motivasi dan semangat serta memberikan informasi selama menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan motivasinya bagi setiap pihak yang berperan dalam penyusunan skripsi ini, semoga Allah SWT memberikan rahmat dan perlindungan. Penulis menyadari bawasannya dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan adanya saran dan masukan yang membangun. Semoga skripsi yang disusun oleh penulis dapat bermanfaat bagi semua pihak, dan dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan maupun referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 22 Agustus 2022



Puji Lestari Eka Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Teoritis	9
2.1.1 <i>Viral Marketing</i>	9
2.1.2 <i>Social Media</i>	12
2.1.3 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	15
2.1.4 Keputusan Pembelian	16
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual.....	20
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	20
2.4.1 Pengaruh <i>Viral marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.4.2 Pengaruh <i>Social Media</i> terhadap Keputusan Pembelian	21

2.4.3 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap <i>Electronic Word Of Mouth</i>	22
2.4.4 Pengaruh <i>Social Media</i> terhadap <i>Electronic Word Of Mouth</i>	22
2.4.5 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4.6 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Electronic Word Of Mouth</i>	24
2.4.7 Pengaruh <i>Social Media</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Electronic Word Of Mouth</i>	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi Penelitian.....	26
3.1.1 Jenis Penelitian	26
3.1.2 Populasi Penelitian.....	26
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.2.1 Penentuan Jumlah Anggota Sampel	27
3.2.2 Teknik Sampling.....	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3.1 Jenis Data	28
3.3.2 Sumber Data.....	28
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	30
3.4.1 Variabel Penelitian.....	30
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	34
3.5.1 PLS (<i>Partial Least Square</i>)	34
3.5.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	34
3.5.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	36
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38

4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	38
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden	38
4.1.3	Deskripsi Jawaban Responden	40
4.1.4	Pengujian Analisis Statistik Deskriptif	43
4.2	Analisis Data	45
4.2.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	45
4.2.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	49
4.3	Pembahasan	55
4.3.1	Pengaruh <i>Viral Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.3.2	Pengaruh <i>Social Media</i> Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.3.3	Pengaruh <i>Viral Marketing</i> Terhadap <i>Electronic Word Of Mouth</i>	57
4.3.4	Pengaruh <i>Social Media</i> Terhadap <i>Electronic Word Of Mouth</i>	58
4.3.5	Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.3.6	Pengaruh <i>Viral Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Electronic Word Of Mouth</i>	59
4.3.7	Pengaruh <i>Social Media</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Electronic Word Of Mouth</i>	60
BAB 5	PENUTUP	62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Keterbatasan Penelitian	63
5.3	Saran.....	63
JADWAL	PENELITIAN	66
DAFTAR	PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 3 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4 Frekuensi Responden Berdasarkan Kelas SM	39
Tabel 5 Rata-rata Nilai Jawaban Responden	40
Tabel 6 Jawaban Responden Variabel Viral marketin (X1)	41
Tabel 7 Jawaban Responden Variabel Social Media (X2).....	41
Tabel 8 Jawaban Responden Variabel Electronic Word Of Mouth (Z).....	42
Tabel 9 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	42
Tabel 10 Analisis Statistik Deskriptif	43
Tabel 11 Outer Loading	46
Tabel 12 Cross Loading	47
Tabel 13 Nilai AVE dan Composite Realibility	48
Tabel 14 Original Sample	49
Tabel 15 Original Sample	51
Tabel 16 Nilai R-Square.....	52
Tabel 17 Uji Hipotesis	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1 Daftar 8 E-Commerce dengan Jumlah Pengunjung Bulanan Terbanyak.....	2
Gambar 2 Kerangka Konseptual	20
Gambar 3 Diagram PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	69
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	74
Lampiran 3 Olah Data SmartPLS	84
Lampiran 4 Surat Bimbingan Penulisan Skripsi	89
Lampiran 5 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	90
Lampiran 6 Surat Ijin Riset.....	91
Lampiran 7 Surat Pernyataan Penyebaran Kuesioner.....	92
Lampiran 8 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	93
Lampiran 9 Sertifikat Seminar Hasil Penelitian.....	94
Lampiran 10 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	95