

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO PADA
*E-COMMERCE SHOPEE***

(Studi Kasus Mahasiswa UNISMA Bekasi)

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Arya Wibowo

NPM: 41183402190050



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO PADA
*E-COMMERCE SHOPEE***

(Studi Kasus Mahasiswa UNISMA Bekasi)

Tanggal : 06 Maret 2024

Oleh

Arya Wibowo

NPM : 41183402190050

Disetujui,
Pembimbing



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

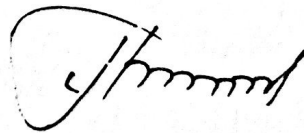
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husein Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO PADA
E-COMMERCE SHOPEE
(Studi Kasus Mahasiswa UNISMA Bekasi)**

Tanggal : 14 Maret 2024

Oleh

Arya Wibowo

NPM : 41183402190050

Diuji oleh,

Penguji I



Tuti Sulastri, Dra., M.M.

Penguji II



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Mengetahui,

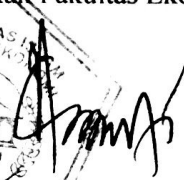
Pembimbing



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Huspul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arya Wibowo
NPM : 41183402190050
Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh *Viral Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Erigo pada *E-commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi)

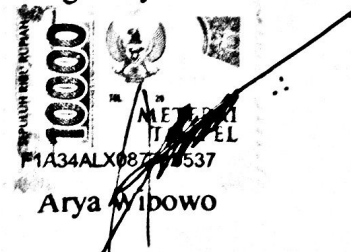
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi mana pun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera di daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme atau apa pun yang terdapat penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran.

Bekasi, 14 Maret 2024

Yang menyatakan


Arya Wibowo

ABSTRAK

Arya Wibowo (41183402190050)

Pengaruh *Viral Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Erigo pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa UNISMA Bekasi)

xiii + 102 halaman + 23 tabel + 2 grafik + 1 gambar + 2024 + 15 lampiran

Kata Kunci : *Viral Marketing*, Kualitas Produk, Minat Beli, Produk Erigo, *E-Commerce*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *viral marketing* dan kualitas produk terhadap minat beli produk Erigo pada *E-commerce* Shopee. merupakan penelitian kuantitatif, menggunakan 99 sampel yang diperoleh dari hasil perhitungan *Cluster Sampling*. Adapun populasi penelitian berasal dari responden Mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi berdasarkan PDDikti tahun 2022 yang berjumlah 8.482 mahasiswa.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan data kuesioner melalui *google form* kepada sasaran penelitian yakni mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi yang menjadi konsumen Erigo. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan melakukan uji statistik regresi linear berganda yang dihitung menggunakan *Software* SPSS versi 16.0.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah *viral marketing* dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk dengan nilai R^2 sebesar 71,4%. sedangkan sisanya 28,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini seperti citra merek, harga dan kualitas pelayanan. Secara parsial *viral marketing* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk Erigo pada *E-commerce* Shopee. sedangkan, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk Erigo pada *E-commerce* Shopee.

Daftar Pustaka : 32 (2010-2023)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Assalammu'alikum wr.wb.

Alhamdulillah Rabbil'alamin, dengan memanjatkan puji serta syukur kehadiran Allah Swt dan tidak lupa sholawat serta salam kepada baginda Nabi Muhammad SAW, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Viral Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Erigo pada *E-commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa UNISMA Bekasi)”. Skripsi ini disusun guna melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan kelulusan studi pada Program Sarjana (S-1), Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.

Dalam proses penulisan skripsi ini penulis mendapatkan dukungan, masukan, saran, motivasi dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, masukan dan perhatian kepada penulis sehingga saya dapat termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Tuti Sulastris, Dra., M.M. dan Ibu Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang sudah memberikan masukan dan saran yang diajukan dalam sidang skripsi.
5. Seluruh dosen dan staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan ilmu dan dorongan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Pahlawan dalam hidup saya, Bapak Samin Sugianto dan Ibu Armah, serta kedua kakak saya Arsid Wahyudin dan Agus Darmawan. Terima kasih untuk segala kasih sayang, dukungan, motivasi, biaya kuliah dan doa yang tiada hentinya sehingga penulis termotivasi untuk dapat menyelesaikan studi ini dengan baik dan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.).

7. Untuk teman-teman yang selalu siap mendengarkan keluh kesah saya dan memberikan masukan serta motivasinya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang membantu dalam penyusunan tugas akhir ini, terima kasih atas dukungan dan semangat yang kalian berikan sehingga penulis dapat berada di titik ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis, sehingga dengan segala kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan adanya kritik, saran serta masukan sebagai perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membaca.

Aamiin Ya Rabbal'alam.

Wassalamu'alaikum wr. Wb

Bekasi, 14 Maret 2024

Yang menyatakan

Arya Wibowo

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Ruang Lingkup atau Batasan Masalah	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pemasaran	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 Perilaku Konsumen	11
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.2.2 Faktor-faktor Perilaku Konsumen.....	11
2.3 Minat Beli	13
2.3.1 Pengertian Minat Beli	13
2.3.2 Faktor yang Memengaruhi Minat Beli.....	13
2.3.3 Indikator Minat Beli	15
2.4 <i>Viral Marketing</i>	15
2.4.1 Pengertian <i>Viral Marketing</i>	15
2.4.2 Faktor yang Memengaruhi <i>Viral Marketing</i>	16
2.4.3 Indikator <i>Viral Marketing</i>	18
2.5 Kualitas Produk.....	18

2.5.1	Pengertian Kualitas Produk.....	18
2.5.2	Faktor yang Memengaruhi Kualitas Produk	19
2.5.3	Indikator Kualitas Produk	20
2.6	Penelitian Terdahulu.....	21
2.7	Kerangka Pemikiran.....	24
2.8	Formulasi Hipotesis	26
2.8.1	Pengaruh Antara <i>Viral Marketing</i> terhadap Minat Beli	26
2.8.2	Pengaruh Antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Desain Penelitian.....	28
3.1.1	Metode Penelitian yang Digunakan	28
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.1.3	Populasi dan Sampel	29
3.2	Sumber Data.....	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data	31
3.4	Instrumen Penelitian.....	33
3.4.1	Variabel Minat Beli (Y).....	33
3.4.2	Variabel <i>Viral Marketing</i> (X_1).....	33
3.4.3	Variabel Kualitas Produk (X_2).....	34
3.5	Metode Analisis Data	35
3.6	Uji Kualitas Data.....	35
3.6.1	Uji Validitas.....	35
3.6.2	Uji Reliabilitas	36
3.7	Uji Asumsi Klasik	37
3.7.1	Uji Normalitas	37
3.7.2	Uji Multikolonieritas	37
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.9	Uji Hipotesis	38
3.9.1	Uji t (Parsial).....	39
3.9.2	Uji F (Simultan)	39
3.9.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.2 Profil Data Responden	41
4.3 Deskripsi Variabel	43
4.3.1 Deskripsi Data Variabel Minat Beli (Y).....	43
4.3.1 Deskripsi Data Variabel <i>Viral Marketing</i> (X ₁)	44
4.3.3 Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk (X ₂).....	46
4.4 Uji Kualitas Data.....	48
4.4.1 Deskripsi Hasil Uji Validitas	48
4.4.2 Deskripsi Hasil Uji Reabilitas.....	50
4.5 Uji Asumsi Klasik	50
4.5.1 Uji Normalitas	50
4.5.2 Uji Multikolinearitas	51
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.7 Analisis Data dan Uji Hipotesis	55
4.7.1 Uji t (Parsial).....	55
4.7.2 Uji F (Simultan)	56
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	57
4.8 Pembahasan.....	58
4.8.1 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Minat Beli	59
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Simpulan	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Prasurvei Variabel Minat Beli	3
Tabel 1.2 Hasil Prasurvei Variabel <i>Viral Marketing</i>	5
Tabel 1.3 Hasil Prasurvei Variabel Kualitas Produk.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Jumlah Sampel Responden Mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi...	30
Tabel 3.2 Penilaian Skala Likert	32
Tabel 3.3 Koefisien Korelasi dan Taksirannya.....	40
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Fakultas	42
Tabel 4.3 Skor Jawaban Responden atas Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	43
Tabel 4.4 Skor Jawaban Responden atas Variabel <i>Viral Marketing</i> (X ₁).....	45
Tabel 4.5 Skor Jawaban Responden atas Variabel Kualitas Produk (X ₂).....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Minat Beli	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Viral Marketing</i>	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial).....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan).....	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	57

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
------------------------------------	----

Grafik

Grafik 1.1 Rata-rata Jumlah Pengunjung Shopee per Bulan (Kuartal I 2020 - Kuartal II 2022).....	1
Grafik 1.2 Penjualan Erigo Periode Januari 2020 – November 2022	3

Lampiran 14 Turnitin

Turnitin_ AryaWibowo			
ORIGINALITY REPORT			
26%	30%	17%	24%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	2%	
2	repository.pelitabangsa.ac.id Internet Source	2%	
3	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	2%	
4	repository.unej.ac.id Internet Source	2%	
5	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%	
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%	
7	positori.usu.ac.id Internet Source	1%	
8	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%	
9	Submitted to Universitas Bina Darma Student Paper	1%	