

**PENGARUH VIRAL MARKETING, BRAND AMBASSADOR, DAN ONLINE
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
MARKETPLACE TOKOPEDIA DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

WITA AYU WIDYADHARI

B 100 190 228

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

PENGARUH *VIRAL MARKETING, BRAND AMBASSADOR, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI *VARIABEL INTERVENING*

Yang disusun oleh:

WITA AYU WIDYADHARI

B 100 190 228

Penanda tangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 31 Juli 2023

Pembimbing Utama



Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Agus Setvawan, S.E., M.Si.
NIK/NIDN: 829/0616087401

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI *VARIABLE INTERVENING*

Oleh:

WITA AYU WIDYADHARI

B 100 190 228

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 31 Juli 2023
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Zulfa Irawati, S.E., M.Si
(Anggota II Dewan Penguji)

()
()
()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Agus Setyawan, S.E., M.Si.
NIK/NIDN: 829/0616087401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : WITA AYU WIDYADHARI

NIM : B100190228

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : PENGARUH *VIRAL MARKETING, BRAND AMBASSADOR,*
DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP
KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DENGAN
GAYA HIDUP SEBAGAI *VARIABLE INTERVENING*

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 31 Juli 2023

Yang membuat pernyataan

(WITA AYU WIDYADHARI)

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

(2. S Al-Baqarah, 2: 286)

"Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya Allah adalah benar"

(2. S Ar-Ruum: 60)

"Kesuksesan dan kebahagiaan terletak pada diri sendiri. Tetaplah berbahagia kerana kebahagiaan dan kamu yang akan membentuk karakter untuk melawan kesulitan"

(Helen Keller)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya istimewa ini untuk:

1. Allah SWT atas segala nitmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman Jahiliyah menuju zaman terang benderang ini.
3. Kepada kedua orang tua saya yang tidak henti-hentinya selalu memberikan kasih sayang, motivasi dan cintanya kepada saya, yang selalu memberikan semangat untuk mewujudkan cita-cita saya, selalu memberikan do'a.
4. Kepada paman dan bibi saya yang selalu memotivasi, memberikan do'a, selalu mendukung dan memberikan kasih sayang kepada saya, selalu mewujudkan cita-cita saya, memberikan arahan.
5. Teman-temanku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak bisa sebutkan satu persatu
6. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *viral marketing*, *brand ambassador*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian di *marketplace* Tokopedia dengan gaya hidup sebagai *variabel intervening*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan sampel melalui kuesioner dalam bentuk google form yang memiliki jumlah sampel sebanyak 300 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *marketplace* Tokopedia di kota Surakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *viral marketing*, *brand ambassador*, dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup dapat menjadi variabel intervening dari *viral marketing*, *brand ambassador*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *viral marketing*, *brand ambassador*, *online customer review*, gaya hidup, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of viral marketing, brand ambassadors, and online customer reviews on purchasing decisions in the Tokopedia marketplace with lifestyle as an intervening variable. This research uses quantitative methods with the sampling technique in this study is non-probability sampling with purposive sampling method. The sample collection technique is through a questionnaire in the form of a google form which has a total sample of 300 respondents. The population in this study are consumers who use the Tokopedia marketplace in the city of Surakarta. The results of this study indicate that viral marketing, brand ambassadors, and online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions, lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions, lifestyle can be an intervening variable from viral marketing, brand ambassadors, and online customer reviews. on purchasing decisions.

Keywords: *viral maketing, brand ambassador, online customer review, lifestyle, purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Viral Marketing, Brand Ambassador, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Tokopedia Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening*”. Tidak lupa sholawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang dengan perjuangan yang telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju ridho-Nya.

Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si., selaku pembimbing akademi yang telah memberikan bimbingan akademi selama masa studi.
5. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D, selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan selama penulisan dalam menempuh skripsi.
6. Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.

7. Ibu dan ayah tercinta yang telah memberikan dorongan kasih sayangnya dan tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian penelitian ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata. Semua responden yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan. Aamiin.

Surakarta, 31 Juli 2023

Wita Ayu Widyadhari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	13
C. Hipotesis.....	17
D. Kerangka Konseptual.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
C. Data dan Sumber Data.....	32
D. Metode Pengumpulan Data.....	32
E. Desain Pengambilan Sampel.....	33
F. Metode Analisis Data.....	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Penelitian	42
B. Karakteristik Responden	45
C. Analisis Data.....	52
D. Pembahasan.....	65
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Keterbatasan Penelitian.....	73
C. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Kelompok	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	49
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali dalam Melakukan Transaksi Pembelian Melalui Aplikasi Tokopedia	50
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Perkiraan Pengeluaran Mereka dalam Sekali Belanja di Aplikasi Tokopedia	51
Tabel 4. 8 Hasil Analisis <i>Convergent Validity</i>	52
Tabel 4. 9 <i>Cross Loading</i>	54
Tabel 4. 10 <i>Composite Reliability</i>	55
Tabel 4. 11 <i>Cronbach's Alpha</i>	56
Tabel 4. 12 Nilai <i>R-Square</i> dan <i>R- Square Adjusted</i>	59
Tabel 4. 13 <i>Path Coefficient</i>	61
Tabel 4. 14 <i>Indirect Effect</i>	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4. 1 Logo & Maskot Tokopedia	43
Gambar 4. 2 Tokopedia X BTS.....	44
Gambar 4. 3 Hasil Outer Model.....	57
Gambar 4. 4 Analisa Model Struktural (Inner Model).....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	89
Lampiran 3. Measurement Model Assement	91
Lampiran 4. Structural Model Assement	94
Lampiran 5. Data Penelitian.....	96