

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *ONLINE CONSUMER REVIEWS*, DAN
WEBSITE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PENGGUNA SITUS BELANJA *ONLINE SHOPEE.CO.ID***

SKRIPSI



WACHIDATUNI'MAH

2015.69.10.0030

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2019

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *ONLINE CONSUMER REVIEWS*, DAN
WEBSITE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PENGGUNA SITUS BELANJA *ONLINE SHOPEE.CO.ID***

SKRIPSI



WACHIDATUNI'MAH

2015.69.10.0030

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2019

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Viral Marketing*, *Online Consumer Reviews* dan *Website Quality* Terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna situs belanja *online* Shopee.

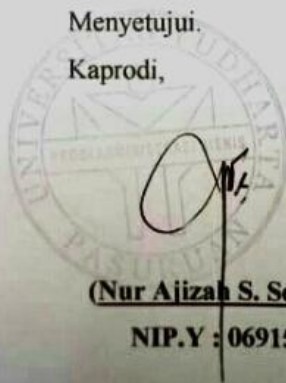
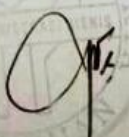
Disusun oleh : Wachidatuni`mah
NIM : 2015.69.10.0030
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Jurusan : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan di depan tim penguji

Pasuruan, 31 Juli 2019

Menyetujui.

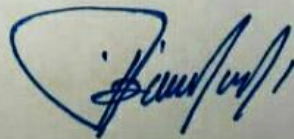
Kaprodi,



(Nur Ajizah S. Sos, M. AB)

NIP.Y : 0691502001

Pembimbing,



(Miftahul Huda, M. AB)

NIP Y. 0691508056

TANDA PENGESAHAN

TELAH DI PERTAHANKAN DI DEPAN PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN, PADA:

HARI : SENIN

TANGGAL : 26 AGUSTUS

JAM : 11.00 WIB

JUDUL : PENGARUH VIRAL MARKETING, ONLINE CONSUMER
REVIEWS, DAN WEBSITE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PENGGUNA SITUS BELANJA ONLINE
SHOPEE.CO.ID

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

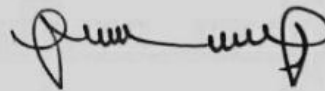
KETUA PENGUJI



Nuraeni, S.Sos. M.AB

NIP. Y 069.02.03.005

ANGGOTA PENGUJI



Any Urwatul Wusko, S.Sos. M.AB

NIP.Y. 069.11.03.037

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB

NIP.Y. 069.11.03.037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wachidatuni'mah

NIM : 2015.69.10.0030

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh *Viral Marketing*, *Online Consumer Reviews* dan *Website Quality* Terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna situs belanja *online* *Shopeeco.id*.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 31 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



WACHIDATUNI'MAH

ABSTRAK

Pada era generasi milenial saat ini, teknologi menjadi hal yang sangat penting bagi manusia bahkan menjadi kebutuhan untuk sehari – hari. Kemajuan teknologi telah membuat pergeseran perilaku konsumen dari pembelian secara langsung di toko menjadi pembelian secara *online*. Banyak faktor yang membuat konsumen berpindah dari belanja secara *offline* menjadi secara *online* salah satunya adalah *viral marketing*, *online consumer reviews*, dan *website quality*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *viral marketing*, *online consumer reviews*, dan *website quality* terhadap keputusan pembelian pada pengguna situs belanja *online* Shopee.co.id.

Jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatannya yaitu kuantitatif. Sampel penelitian ini sejumlah 117 responden, Variabel bebas terdiri dari variabel *Viral marketing*, *online consumer reviews* dan *website quality*, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang diukur menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Viral Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; (2) *Online Consumer Reviews* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian; dan (3) *Website Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (4) *Viral Marketing*, *Online Consumer Reviews*, dan *Website Quality* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Viral Marketing*, *Online Consumer Reviews*, *Website Quality*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

In the current millennial generation, technology has become very important for humans and even becomes a necessity for daily life. Technological advances have shifted consumer behavior from direct purchases in stores to online purchase. There are many factors that make consumers move from offline shopping to online shopping, one of which is viral marketing, online consumer reviews, and website quality.

The purpose of this study is to examine the effect of viral marketing, online consumer reviews, and website quality on Shopee.co.id online shopping site users.

The type of research is explanatory research which uses a quantitative approach. The sample of this research is 117 respondents. The technique of determining the sample is done using the purposive sampling method. The independent variable in this study is viral marketing, online consumer reviews, and website quality. While there are dependent variables in this study is buying decision which is measured using multiple regression analysis.

The results of this study indicate that: (1) Viral Marketing has a positive and significant effect on buying decision; (2) Online Consumer Reviews has a negative and not significant effect on buying decision; and (3) Website Quality has a positive and significant effect on buying decision. (4) Viral Marketing, Online Consumer Reviews, and Website Quality has a simultaneously significant effect on buying decision.

Keywords: Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Website Quality, Buying Decision.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul : Pengaru *viral marketing, online consumer review, dan website quality* terhadap keputusan pembelian pada pengguna situs belanja *online* Shopee.co.id ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Strata Satu pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Suami tercinta Muhammad Gufron (Mamad Abisoso) yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materiil. Serta untuk anak anak tercinta Achmad Ienam Saputra dan Chatym Al Ashom Achmad.Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirt atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penghargaan dan terimakasih penulis berikan kepada Bapak Miftahul Huda M.AB selaku Pembimbing yang telah membantu penulisan skripsi ini. Serta Ucapan terima kasih kepada:

1. Romo K.H. M. Sholeh Bahrudin selaku Pengasuh Pondok Pesantren Ngalah.
2. Bapak Dr. H. Saifulah, MHI selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.

3. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan.
5. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Seluruh teman Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2015 yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu atas terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Pasuruan, 30 Juli 2019

Penulis,

DAFTAR ISI

Sampul Depan	
Sampul Dalam	i
Persetujuan	ii
Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian	iv
Abstrak	v
<i>Abstract</i>	vi
Kata Pengantar	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
Bab I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7

Bab II	: TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1	Penelitian Terdahulu	9
2.2	Kajian Teoritik	25
2.3	Hubungan Antar Variabel	41
2.4	Hipotesis	47
Bab III	: Metodologi Penelitian	48
3.1	Jenis Penelitian	48
3.2	Lokasi Penelitian	48
3.3	Populasi dan Sampel	49
3.4	Teknik Pengumpulan Data	54
3.5	Variabel dan Pengukuran	55
3.6	Teknik Analisis Data	62
3.7	Validitas dan Reliabilitas	64
3.8	Uji Asumsi Klasik	67
3.9	Uji Hipotesis	68
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	70

4.2 Gambaran Umum Responden	72
4.3 Hasil Penelitian	88
4.4 Pengujian Hipotesis	104
4.5 Koefisien determinasi	107
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	108
4.7 Keterbatasan Penelitian	112
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1 Kesimpulan	114
5.2 Saran	115
Daftar Pustaka	
Lampiran 1 Kuesioner	
Lampiran 2 Hasil Analisis Statistik	

DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	Hal
1.1	: Platform belanja online pilihan pertama	1
2.1	: Penelitian Terdahulu	17
2.2	: Perbedaan dan Persamaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu	23
3.1	: Variabel, Indikator, Item, Rujukan	58
3.2	: Distribusi Skor Jawaban Kuesioner Kinerja	62
4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Konsumsi Perbulan	75
4.5	: Distribusi Jawaban Responden (X1)	76
4.6	: Distribusi Jawaban Responden (X2)	79
4.7	: Distribusi Jawaban Responden (X3)	81
4.8	: Distribusi Jawaban Responden (Y)	85
4.9	: Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	88

4.10	: Hasil Uji Validitas Variabel Viral Marketing (X1)	91
4.11	: Hasil Uji Validitas Variabel Online Consumer Review (X2)	92
4.12	: Hasil Uji Validitas Variabel Website Quality (X3)	93
4.13	: Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	94
4.14	: Hasil Uji Reabilitas	95
4.15	: Hasil Uji Normalitas	96
4.16	: Hasil Uji Linieritas X1	99
4.17	: Hasil Uji Linearitas X2	99
4.18	: Hasil Uji Linearitas X3	100
4.19	: Hasil Uji Heteroskedastisitas	101
4.20	: Hasil Uji Regresi Linear Berganda	102
4.21	: Uji Hipotesis 1	104
4.22	: Uji Hipotesis 2	105
4.23	: Uji Hipotesis 3	106
4.24	: Uji Hipotesis 4	107
4.25	: Koefisien determinan	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Keterangan	Hal
1.1	: Data Populasi Pengguna Internet di Dunia	1
2.1	: Contoh Aplikasi <i>E-commerce</i> : Pembelian CD dengan Kartu Kredit	29
2.2	: Proses Pemasaran	29
2.3	: Tahap – tahap keputusan pembelian	39
2.4	: Model Hipotesis	46
4.1	: Logo Shopee	70
4.2	: Jumlah Unduhan Shopee di Google Play Store	72
4.3	: Hasil Uji Normalitas	98