

PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING* PADA APLIKASI *TIKTOK SHOP*

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
Untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



Nining Nurul Rahayu
No. Mhs. 111901424

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *ONLINE*
***CONSUMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**
SCARLETT WHITENING* PADA APLIKASI *TIKTOK SHOP

SKRIPSI

Diajukan oleh:


Nining Nurul Rahayu

111901424

Yogyakarta, 24 Juli 2023

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Dra. Hari Nurweni, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING* PADA APLIKASI *TIKTOK SHOP*

Skripsi ini telah dipertahankan dan disetujui di hadapan Dewan Penguji Jurusan
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 4 Agustus 2023

Yang terdiri atas:

Ketua



Dr. Suparmono, M.Si

Anggota



Dra. Hari Nurweni, M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PENGARUH VIRAL MARKETING, BRAND AMBASSADOR, DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING PADA APLIKASI TIKTOK SHOP”** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 4 Agustus 2023 adalah hasil karya saya.

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

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya nyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

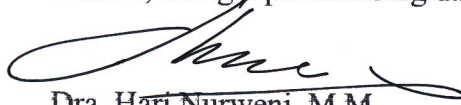
Yogyakarta, 4 Agustus 2023

Yang memberi pernyataan

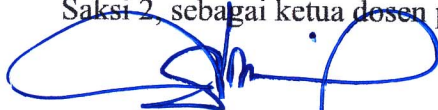



Nining Ni

Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji:


Dra. Hari Nurweni, M.M.

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji skripsi:


Dr. Suparmono, M.Si

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena atas segala rahmat dan ridha-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan lancar.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, dorongan, bimbingan serta saran dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan Skripsi diantaranya:

1. Orang tua tersayang yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti.
2. Dra. Hari Nurweni, M.M. selaku dosen pembimbing yang selama ini telah meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada semua teman-teman, saudara yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas segala rahmat dan ridha-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “PENGARUH *VIRAL MARKETING, BRAND AMBASSADOR, DAN ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING* PADA APLIKASI *TIKTOK SHOP*”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) di STIM YKPN Yogyakarta. Penulisan skripsi berjalan lancar berkat bantuan, dorongan, bimbingan, saran dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi diantaranya:

1. Dr. Suparmono, M.Si selaku ketua STIM YKPN Yogyakarta.
2. Dra. Hari Nurweni, M.M. selaku dosen pembimbing yang selama ini telah meluangkan waktunya untuk menuntun, mengarahkan, dan memberikan bimbingan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Orang tua tersayang yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti.
4. Kharisma Muliano Suayong sebagai partner *special* penulis yang selalu menjadi *support system* penulis selama penyusunan skripsi.
5. Teman-teman seperjuangan yang selalu mendukung, memberi semangat selama proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena hal tersebut tidak lepas dari kelemahan dan keterbatasan penulis. Penulis berharap agar Skripsi ini berguna sebagai tambahan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 4 Agustus 2023

Penulis



Nining Nurul Rahayu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *viral marketing*, *brand ambassador*, dan *online consumer review* terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* pada Aplikasi Tiktok *Shop*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *google form*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *non-probability* dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria konsumen yang pernah melakukan minimal dua kali pembelian produk *Scarlett Whitening* pada Aplikasi Tiktok *Shop*. Besar sampel dalam penelitian ini adalah 111 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *viral marketing*, *brand ambassador*, dan *online consumer review* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *scarlett whitening* pada Aplikasi Tiktok *shop*.

Kata Kunci: *viral marketing*, *brand ambassador*, *online consumer review*
dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of viral marketing, brand ambassadors, and online consumer reviews on purchasing decisions for Scarlett Whitening products in the Tiktok Shop Application. The data collection method used a questionnaire distributed via Google form. Sampling was carried out using a non-probability with a purposive sampling technique with the criteria of consumers who have purchased at least 2 times Scarlett Whitening products on the Tiktok Shop Application. The sample of this research is 111 respondents. Methods of data analysis in this study using multiple linear regression analysis. The results showed that variables of viral marketing, brand ambassadors, and online consumer reviews have a positive effect on the decision to purchase scarlett whitening products in the Tiktok shop Application

***Keywords: viral marketing, brand ambassadors, online consumer reviews
and purchasing decisions***

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	7
C. Batasan masalah.....	7
D. Tujuan penelitian.....	8
E. Manfaat penelitian.....	8
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Perumusan Hipotesis.....	11
C. Penelitian terdahulu.....	13
D. Kerangka penelitian	15
E. Hipotesis.....	15
BAB III	16
METODE PENELITIAN.....	16
A. Definisi Konsep.....	16

B. Definisi Operasional.....	16
C. Jenis dan Sumber Data	20
D. Populasi dan Sampel	20
E. Metode Pengumpulan Data	21
F. Metode Analisis Data	22
BAB IV	27
GAMBARAN PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA	27
A. Profil Perusahaan	27
B. Analisis Data	29
C. Pembahasan.....	39
BAB V.....	42
KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
A. Kesimpulan	42
B. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	29
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	32
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas	33
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinieritas	34
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	35
Tabel 4. 7 Hasil Uji f.....	35
Tabel 4. 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
Tabel 4. 9 Hasil Uji t.....	38
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 <i>Brand Skincare</i> terlaris di <i>E-Commerce</i>	2
Gambar 1. 2 Akun Tiktok <i>Scarlett Whitening</i>	4
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	15
Gambar 4. 1 Logo <i>Scarlett</i>	27
Gambar 4. 2 Produk <i>Scarlet Whitening</i>	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden	47
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	57
Lampiran 3 Uji Validitas.....	69
Lampiran 4 Uji Reabilitas	77
Lampiran 5 Uji Normalitas	78
Lampiran 6 Uji Multikolinieritas	78
Lampiran 7 Uji Heterokedastisitas.....	79
Lampiran 8 Uji Regresi Linear Berganda dan Uji t	79
Lampiran 9 Uji F.....	79
Lampiran 10 Uji Koefisien Determinasi	80