

PENGARUH *VIRAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*

ELFORMULA

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan

Untuk memperoleh derajat Sarjana

Program Studi Manajemen



Diajukan oleh:

Mita Marsa

No. Mhs. 112001562

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

i

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
ELFORMULA**

Diajukan oleh:

Mita Marsa

No. Mhs. 112001562

Yogyakarta, 24 Maret 2025

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Drs. Eka Sudarusman, M.M

LEMBAR PENGESAHAN

ii

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
ELFORMULA**

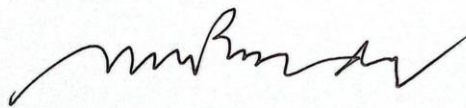
Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan penguji jurusan
manajemen sekolah tinggi ilmu manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal 06 Mei.....2025

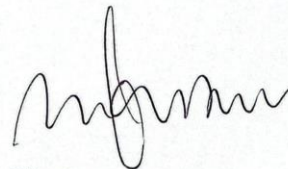
Yang terdiri atas

KETUA

ANGGOTA



Muhammad Roni Indarto, Drs., M.Si



Eka Sudarusman, Drs., M.M

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

iii

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“Pengaruh *Viral Marketing*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Elformula”** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 25 April 2025 adalah hasil karya tulis 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 penulisan 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 sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemungkinan terbukti bahwa saya nyatakan 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 terima.

Yogyakarta, 06 Mei 2025

Yang memberi pernyataan,



Mita Marsa

Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji:



Drs. Eka Sudarusman, M.M

Saksi 2, sebagai ketua penguji skripsi:



Drs. Muhammad Roni Indarto, M.Si

MOTO

Di dalam nama Tuhan Yesus Kristus

“ Aku ditolak dengan hebat sampai jatuh, tetapi Tuhan menolongku.
Tuhan itu kekuatan dan mazmurku; Ia telah menjadi keselamatanku”

(Mazmur 118:13-14)

“Aku tahu, bahwa Engkau sanggup melakukan segala sesuatu dan tidak
ada rencana-mu yang gagal”

(Ayub 42:2)

“ Jangan takut, percaya saja”

(Markus 5:36)

“Bersukacitalah dalam pengharapan, sabarlah dalam kesesakan dan
bertekunlah dalam doa”

(Roma 12:12)

“Karena masa depan sungguh ada dan harapan-Mu tidak akan hilang”

(Amsal 23:18)

“Karena itu aku berkata kepadamu: Apa saja yang kamu minta dan
doakan, percayalah bahwa kamu telah menerimanya, maka hal itu akan
diberikan kepadamu”

(Markus 11:24)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya, sehingga dalam penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH *VIRAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE ELFORMULA*” dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini guna memenuhi persyaratan kelulusan memperoleh gelar sarjana S1 pada Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.

Penelitian ini dapat terselesaikan, tentunya tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Juru Selamat tersayang, Tuhan Yesus Kristus yang selalu ada di setiap langkah peneliti dalam menyelesaikan perjalanan ini. Terima kasih karena selalu memberikan harapan dan mujizat di waktu yang tepat di tengah keputusan peneliti.
2. Bapak Mariadi dan Ibu Sama Susanti selaku orang tua dari peneliti, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa. Serta cinta dan kasih sayang kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Eka Sudarusman, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membantu peneliti berupa bimbingan, arahan, dan masukan kepada peneliti selama berjalannya pengerjaan Skripsi ini.
4. Bapak Drs. Muhammad Roni Indarto, M.Si selaku dosen penguji yang telah banyak memberi masukan dan saran untuk penulisan Skripsi ini.
5. Bapak Dr. Suparmono, M.Si selaku Ketua Sekolah Tiggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
6. Bapak dan Ibu dosen serta staf Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
7. Diri saya sendiri, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus

berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

8. Saudara kandung Tio, Karmila dan Marsiyus selalu memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti.
9. Teman-teman peneliti yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti selama menyusun skripsi hingga selesai.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *viral marketing*, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Elformula. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk *skincare* Elformula. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Jumlah responden sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan uji koefisien regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *viral marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Viral Marketing*, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRAC

This study aims to determine the effect of viral marketing, product quality, and price on purchasing decisions for Elformula skincare products. The population in this study were consumers who had purchased Elformula skincare products. The sampling technique in this study used nonprobability sampling with purposive sampling. The number of respondents was 100 respondents. Data analysis used the regression coefficient test. The results showed that viral marketing had a significant positive effect on purchasing decisions, product quality had a significant positive effect on purchasing decisions, and price had a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Viral Marketing, Product Quality, Price, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
MOTO	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK.....	8
ABSTRAC	9
DAFTAR ISI	10
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II	8
LANDASAN TEORI DAN RUMUSAN HIPOTESIS	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>Viral Marketing</i>	8
2. Kualitas Produk.....	8
3. Harga	9
4. Keputusan Pembelian	9
B. Penelitian Terdahulu.....	10
C. Rumusan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
D. Kerangka Pemikiran	16

BAB III	17
METODOLOGI PENELITIAN	17
A. Definisi Konsep	17
1. <i>Viral Marketing</i>	17
2. Kualitas Produk.....	17
3. Harga	17
4. Keputusan Pembelian	17
B. Definisi Operasional.....	18
1. <i>Viral Marketing</i>	18
2. Kualitas Produk.....	18
3. Harga	19
4. Keputusan Pembelian	20
C. Jenis Penelitian	21
D. Jenis dan Sumber Data.....	22
E. Populasi dan Sampel.....	22
1. Populasi	22
2. Sampel	22
F. Metode Pengumpulan Data.....	24
G. Metode Analisis Data	24
1. Uji Instrumen	24
2. Uji Asumsi Dasar	25
3. Uji Asumsi Klasik	26
4. Uji Analisis Data	27
5. Uji F (goodness of fit)	28
6. Uji Hipotesis	28
7. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)	28
BAB IV	30
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA	30
A. Gambaran umum Perusahaan	30
1. Profil dan Sejarah Perusahaan	30
2. Visi dan Misi Perusahaan	31
3. Produk.....	32

B. Analisis Data	34
1. Uji Instrumen	36
2. Uji Asumsi Dasar	39
3. Uji Asumsi Klasik	40
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	42
5. Uji F (<i>Goodness of Fit</i>).....	44
6. Uji Hipotesis	45
7. Koefisien Determinasi (R^2).....	46
C. Pembahasan	47
BAB V.....	49
KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53