

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *VIRAL MARKETING* DAN *ONLINE
CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE BRAND AVOSKIN MELALUI APLIKASI TIKTOK SHOP**

SKRIPSI

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



Maritza Helga Vazha Juwita

No. Mhs. 112101776

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH *GREEN MARKETING*, *VIRAL MARKETING* DAN *ONLINE*
***CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
***SKINCARE BRAND* AVOSKIN MELALUI APLIKASI TIKTOK SHOP**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Maritza Helga Vazha Juwita

112101776

Yogyakarta, 1 Desember 2025

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E, M.Sc.

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH *GREEN MARKETING*, *VIRAL MARKETING* DAN *ONLINE*
***CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
***SKINCARE BRAND* AVOSKIN MELALUI APLIKASI TIKTOK SHOP**

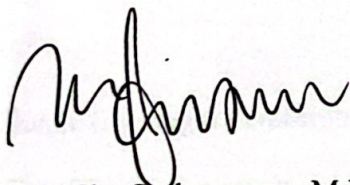
Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Program
Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 23 Desember 2025

Yang terdiri atas:

Ketua Penguji

Anggota



Drs. Eka Sudarusman, M.M.



Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc.

PERNYATAAN KEASLIAAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Pengaruh *Green Marketing*, *Viral Marketing* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Brand Avoskin* Melalui Aplikasi *TikTok Shop* dan diajukan untuk diuji pada tanggal 23 Desember 2025 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 saya akui seolah-olah hasil pemikiran 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 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, 1 Desember 2025
Yang men

Maritza H



Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji:

Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc.

Saksi 2 sebagai ketua dosen penguji skripsi:

Drs. Eka Sudarusman, M.M.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Cinta pertama dan panutanku, Bapak Yunianto Hendro Bawono. Terima kasih atas segala doa dan dukungan yang tidak pernah putus. Memberikan cinta, kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang mengiringi setiap langkah untuk menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih sudah berjuang untukku, membesarkan dan mendidikku sampai mendapat gelar sarjanaku. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga sampai melihatku berhasil dengan keputusanku sendiri.
2. Ibuku tercinta, Ibu Selvi Kurniasari. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih sudah menjadi tempatku untuk pulang.
3. Adikku tercinta, Aquina Bellvania Nasyira Bawono. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terimakasih atas semangat dan doa yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, adikku.

4. Kepada sahabat terdekat penulis, Viona Dimalasta, Pramudita, Maylina, Rahma Dyah, Bella Risti, Ami Wildani, Dilla Listia, Dian Itqani, Alifa Aghniya. Terima kasih atas segala dukungan, nasihat dan ketersediaannya mendengarkan setiap keluh kesah penulis. Kehadiran kalian sebagai sahabat yang penuh perhatian dengan caranya sendiri mampu menjadi sumber semangat yang tak ternilai sepanjang perjalanan ini.

MOTTO

“Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan
sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”

QS. Al Insyirah: 7

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah milik mereka
yang senantiasa berusaha.”

(BJ Habibie)

“It will pass, everything you’ve gone through it will pass”

(Rachel Vennya)

"Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang
menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan
perasaanmu sebagai manusia"

(Baskara Putra - Hindia)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat, nikmat, dan karunianya sehingga skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Green Marketing*, *Viral Marketing*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Brand* Avoskin Melalui Aplikasi TikTok Shop” dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat kelulusan jenjang studi Strata Satu (S1) untuk Program Studi Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, bimbingan, nasihat dan motivasi dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, ucapan terimakasih disampaikan kepada:

1. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta atas kesempatan untuk menimba ilmu.
2. Bapak Dr. Suparmono, M.Si. selaku Ketua STIM YKPN Yogyakarta.
3. Ibu Rasistia Wisadianing Primadineska, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah memberikan dorongan semangat, motivasi, saran serta bimbingan dengan baik sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Ibu dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
5. Kedua Orang tua tercinta, Ibu Selvi Kurniasari dan Bapak Yuniarto Hendro Bawono, atas doa, kasih sayang, dan dukungan yang selalu mengiringi setiap langkah penulis.

6. Adik penulis, Aquinna Bellvania Nasyira Bawono yang sudah memberikan doa dan semangat kepada penulis.
7. Saudara penulis, Viona Dimalasta Devinda, yang sudah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
8. Kepada Pramudita Rara, Maylina Zahra, Adilla Dewi, Alifa Aghniya terima kasih atas dukungan dan sudah meluangkan waktu untuk menemani penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat penulis Bella Risti, Dila Listia, Ami Wildani, Dian Itqani, Laras Silviani, Alfira Shafa, Rahma Dyah, Ervina Dwi, Betsyeba Galuh, Khoirunisa Dwi, Kevin Pieter terima kasih sudah mewarnai hari-hari penulis selama perkuliahan dan terima kasih atas suka dukanya.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu memberikan dukungan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebutkan satu persatu sampai skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, semoga dengan terselesainya tugas akhir skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta, 1 Desember 2025

Peneliti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Green Marketing*, *Viral Marketing*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Brand* Avoskin Melalui Aplikasi TikTok Shop. Metode Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan *Teknik purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan Program *IBM SPSS Statistic*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Brand* Avoskin Melalui Aplikasi TikTok Shop. *Viral Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Brand* Avoskin Melalui Aplikasi TikTok Shop. *Online Customer Review* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Brand* Avoskin Melalui Aplikasi TikTok Shop.

Kata Kunci: *Green Marketing*, *Viral Marketing*, *Online Customer Review*, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Green Marketing, Viral Marketing, and Online Customer Reviews on the Purchase Decision of Avoskin Skincare Brand through the TikTok Shop Application. The sampling method used is non-probability sampling with a purposive sampling technique. The sample size in this study is 100 respondents. This study uses a quantitative approach, with multiple linear regression analysis using the IBM SPSS Statistics program. The data used is primary data obtained from questionnaire distribution. The results of the study show that Green Marketing has a significant positive effect on the Purchase Decision of Avoskin Skincare Brand through the TikTok Shop Application. Viral Marketing has a significant positive effect on the Purchase Decision of Avoskin Skincare Brand through the TikTok Shop Application. Online Customer Reviews have a significant positive effect on the Purchase Decision of Avoskin Skincare Brand through the TikTok Shop Application.

Keywords: Green Marketing, Viral Marketing, Online Customer Review, and Purchase Decision

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
A. Penelitian Terdahulu.....	17
B. Perumusan Hipotesis.....	23
C. Kerangka Penelitian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
A. Definisi Konsep.....	27
B. Definisi Operasional.....	28
C. Jenis Penelitian.....	30
D. Jenis dan Sumber Data	30
E. Metode Pengambilan Sampel.....	30
F. Objek dan Subjek Penelitian	32
G. Teknik Pengumpulan Data	32
H. Metode Analisis Data	33
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA	39
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	39

B.	Karakteristik Responden	41
C.	Hasil Analisis Data	43
D.	Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		56
A.	Kesimpulan	56
B.	Saran.....	57
LAMPIRAN.....		63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	42
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas.....	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji F	49
Tabel 4. 8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji t	51
Tabel 4. 10 Uji Koefisien Determinasi.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Prediksi Angka Pengguna E-Commerce di Indonesia 2024	1
Gambar 1. 2 Pertumbuhan TiktTok Shop Global	2
Gambar 1. 3 Sosial Media Avoskin	4
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	26
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	40