

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN HARGA  
TERGADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
MELALUI SHOPEE LIVE PADA MAHASISWA  
PRODI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS  
PENDIDIKAN GANESHA**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Pendidikan Ekonomi**



**Oleh  
Ni Nyoman Ari Wideasih  
NIM. 2017011008**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN EKONOMI DAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA**

**2024**

## SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS  
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK  
MENCAPAI GELAR SARJANA PENDIDIKAN**

**Menyetujui**

Pembimbing I



Drs. I Nyoman Sulana, M.Si.  
NIP. 196706261993031003

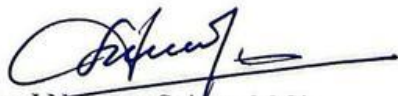
Pembimbing II



I Putu Arya Dharmayasa, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 199110302019031009

Skripsi oleh Ni Nyoman Ari Widiasih ini  
telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 23 Februari 2024

Dewan Penguji,



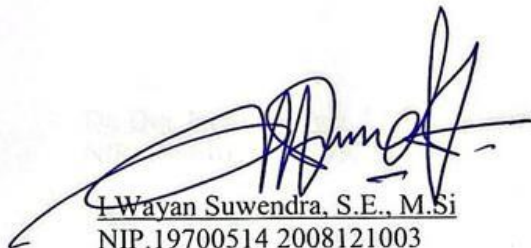
Drs. I Nyoman Sujana, M.Si.  
NIP. 196706261993031003

(Ketua)



I Putu Arya Dharmayasa, S.Pd., M.Pd  
NIP. 199110302019031009

(Anggota)



I Wayan Suwendra, S.E., M.Si  
NIP.19700514 2008121003

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana pendidikan

Pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 23 Februari 2024

**Mengetahui**

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si  
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd  
NIP. 198712112018031002

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ekonomi




Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, SE. Ak., M.Si  
NIP. 197906162002121003

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis saya yang berjudul “Pengaruh *Viral Marketing* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri, saya tidak melakukan penjiplakan dan mengutip dengan cara-cara yang sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan dalam karya saya ini, atau klaim terhadap karya saya ini.

Singaraja, 22 Februari 2024  
Yang membuat pernyataan,



  
Ni Nyoman Ari Widiasih  
NIM. 2017011008

“MOTTO”

*IF YOU WANT IT.*

*WORK FOR IT.*



## PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Viral Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana pendidikan pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasawan, M.Pd. , selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk mengikuti pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana.
3. Dr. Kadek Rai Suwena, S.Pd., M.Pd, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Akuntansi atas motivasi yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. I Wayan Suwendra, S.E, M.Si., selaku Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Penelaah yang telah banyak membimbing, memberikan saran, dan selalu memotivasi selama menempuh perkuliahan dan juga selama penyelesaian skripsi ini.
6. Drs. I Nyoman Sujana, M.Si., selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Putu Arya Dharmayasa, S.Pd., M.Pd, selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak dan Ibu Dosen serta pegawai di lingkungan Prodi Pendidikan Ekonomi yang selalu membimbing dan juga mendidik selama penulis menempuh perkuliahan di Program Studi Pendidikan Ekonomi.
9. Kedua orang tua I Ketut Megarsna dan Ni Made Darmiti, yang senantiasa memberikan doa, dukungan material, serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kedua saudara penulis Ni Putus Widiastuti dan I Made Oka Astawa beserta para ipar dan juga keponakan penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan material serta motivasi kepada penulis.
11. Teruntuk sahabat penulis yang penulis Nonik, Wina, Ayu Trianita, Lilis yang senantiasa selalu mendorong penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini, serta selalu membantu penulis ketika mengalami kendala.
12. Teruntuk sahabat penulis Hera dan Yulia yang telah menjadi tempat berkeluh kesah sejak SMA, yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
13. Teruntuk sahabat-sahabat mahasiswa peserta Program Pertukaran Mahasiswa 2 Universitas Pasundan beserta LO dan juga Dosen Modul Nusantara Universitas Pasundan terkhusus Fidyah, Windi, Mila, Sizu yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.
14. Teman-teman mahasiswa angkatan 2020 Pendidikan Ekonomi yang telah bersama-sama belajar, saling memberi semangat serta saling mendoakan.
15. Seluruh teman-teman mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi angkatan 2021,2022,serta 2023 yang telah membantu dalam proses penelitian ini, terkhusus kepada Widia yang telah membantu penulis mengumpulkan data penelitian.
16. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak.



Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 22 Februari 2024

Penulis



## DAFTAR ISI

PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Pembatasan Masalah.....	14
1.4 Rumusan Masalah.....	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II.....	17
KAJIAN TEORI.....	17
2.1 Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Viral Marketing.....	26
2.3 Harga.....	33
2.4 Penelitian Terdahulu.....	36
2.5 Kerangka Berpikir.....	41
2.7 Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III.....	46
METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	46
3.2 Rancangan Penelitian.....	46
3.3 Populasi dan Sampel.....	47
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	49
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	51
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	51

3.7 Instrumen Penelitian.....	52
3.8 Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV.....	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Deskripsi Data.....	59
4.2. Uji Asumsi Klasik.....	61
4.3 Uji Hipotesis.....	67
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
4.5 Implikasi.....	74
BAB V.....	75
PENUTUP.....	75
5.1 Rangkuman.....	75
5.2 Simpulan.....	76
5.3 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	80



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan E-Commerce di Indonesia .....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....	39
Tabel 3. 1 Populasi .....	48
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....	50
Tabel 3. 3 Instrumen Skala Likert .....	52
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Semester .....	59
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4. 3 Hasil Uji Deskriptif .....	60
Tabel 4. 4 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov .....	62
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinieritas .....	63
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	64
Tabel 4. 7 Analisis Regresi Berganda .....	65
Tabel 4. 8 Analisis Koefisien Determinasi .....	66
Tabel 4. 9 Hasil Uji t Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji t Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji F Pengaruh Viral Marketing dan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kunjungan Situs e-commerce di Indonesia.....	7
Gambar 1. 2 E-Commerce yang Digunakan Mahasiswa .....	9
Gambar 1. 3 Mahasiswa yang Pernah Berbelanja Melalui Live Shopping.....	11
Gambar 2. 1 Tahapan dalam Proses Pembelian .....	18
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir .....	43
Gambar 3. 1 Rancangan Penelitian .....	47



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Responden Uji Instrumen .....	81
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 3 Tabulasi Data Uji Instrumen.....	87
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen .....	91
Lampiran 5 Rekapitulasi Hasil Uji Instrumen .....	98
Lampiran 6 Daftar Nama Responden.....	99
Lampiran 7 Tabulasi Data Penelitian.....	106
Lampiran 8 Hasil Uji Data Deskriptif.....	118
Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik .....	118
Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	119

