

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MAHASISWA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

SKRIPSI



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

2019

SKRIPSI

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

Menyetujui

Pembimbing I,



Drs. I Nyoman Sujana, M.Si
NIP. 19670626 199303 1 003

Pembimbing II,



Luh Indrayani, S.Pd., M.Pd
NIP. 19820819 200912 2 003

Skripsi oleh I Made Muliajaya ini
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 23 Oktober 2019

Dewan Penguji,



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

(Ketua)



Luh Indrayani, S.Pd, M.Pd
NIP. 198208192009122003

(Anggota)



Kadek Rai Suwena, S.Pd, M.Pd
NIP. 198304242009121002

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan.

Pada

Hari : Rabu

Tanggal : 23 Oktober 2019

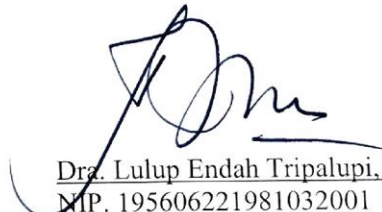
Mengetahui,

Ketua Ujian,



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

Sekretaris Ujian,



Dra. Lulup Endah Tripalupi, M.Pd.
NIP. 195606221981032001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi,



Prof. Dr. Naswan Suharsono, M.Pd.
NIP. 195808071981031003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "*Pengaruh Viral Marketing dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 16 Oktober 2019
Yang membuat pernyataan,



I Made Muliajaya
NIM. 1517011010

PRAKATA

Puji Syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Viral Marketing* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha”. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana pendidikan pada Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja.

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 Nyoman Jampel, M.Pd, selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Naswan Suharsono, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Pembimbing Akademik atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana.
3. Dr. Ananta Wikrama Tungga Atmaja, S.E., Ak., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Akuntansi atas motivasi yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Dra. Lulup Endah Tripalupi, M.Pd, selaku Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Drs. I Nyoman Sujana, M.Si, selaku pembimbing I dan sekaligus pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Luh Indrayani S.Pd., M.Pd, selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen di lingkungan Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis selama perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.

8. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu dalam pengisian koesioner.
9. Kepada kedua orang tua tercinta, I Ketut Jayantara, S.Pd. dan Ni Made Mulianti, kakak Ni Wayan Asri Udayani, S.Pd., ipar I Wayan Supartayasa, S.Pd., dan adik Ni Nyoman Pebrianti Selena Putri serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, motivasi, dan dukungan baik secara moril maupun material dalam penyelesaian studi ini.
10. Rekan-rekan mahasiswa di lingkungan Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2015 yang telah sama-sama belajar, saling membantu dan mendoakan.
11. Para sahabat, A.A Mayun, A.A Suriadi, Jik Ardika, Wirat, Nuha wedus, Wisnu, Gung Yuda, Jhon Bucin, Tut Nizom, semeton Little Thinking, semeton alumni BEM FE dan HMJ Pendidikan Ekonomi yang selalu memberikan dukungan, doa dan teman begadang selama menjadi mahasiswa di Prodi Pendidikan Ekonomi.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

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, 16 Oktober 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Viral Marketing	7
2.1.1 Aplikasi Penerapan <i>Viral Marketing</i>	8
2.1.1 Indikator <i>Viral Marketing</i>	10
2.1.2 Faktor Pendukung dalam <i>Viral Marketing</i>	10
2.2 Harga	17
2.2.1 Indikator Harga	17
2.3 Keputusan Pembelian	18
2.3.1 Faktor Eksternal	19
2.3.2 Faktor Internal.....	23

2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	29
2.4 Penelitian Terdahulu	29
2.5 Kerangka Berpikir	33
2.6 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Rancangan Penelitian	35
3.2 Lokasi Penelitian	36
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	36
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel	37
3.5 Jenis dan Sumber Data	39
3.6 Metode Pengumpulan Data	39
3.7 Pengujian Instrumen.....	41
3.7.1 Uji Validitas.....	41
3.7.2 Uji Reliabilitas	41
3.8 Teknik Analisis Data.....	42
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8.2 Uji t	44
3.8.3 Uji F.....	45
3.9 Rancangan Pengujian Hipotesis	45
3.9.1 Hipotesis Statistik	45
3.9.2 Kriteria Pengujian Statistik.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	48
4.1.2 Pengaruh Harga terhadap keputusan Pembelian.....	49
4.1.3 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.2 Pembahasan	52
4.2.1 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	52

4.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.2.3 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	54
BAB V PENUTUP.....	56
5.1 Simpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	36
Tabel 3.2 Rincian Sampel.....	39
Tabel 3.3 Skor Alternatif Jawaban	40
Tabel 4.1 Hasil Uji t Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.2 Hasil Uji t Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.3 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.4 Koefisien Beta.....	51



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian.....	28
Gambar 2.2 Kerangkar Berpikir Pengaruh <i>Viral Marketing</i> dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	34
Gambar 3.1 Gambar Desain Penelitian	35



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 01. Surat Izin Pengumpulan Data.....	60
Lampiran 02. Angket Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
Lampiran 03. Tabulasi Kuesioner (Uji coba Instrumen)	67
Lampiran 04. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	68
Lampiran 05. Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 06. Data Responden.....	75
Lampiran 07. Tabulasi Kuesioner	79
Lampiran 08. Hasil Uji Hipotesis	92
Lampiran 09. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	94
Lampiran 10. Dokumentasi.....	96
Lampiran 11. Riwayat Hidup.....	98

