

**PENGARUH VIRAL MARKETING, ONLINE
CUSTOMER REVIEW DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SHOPEE
DI KOTA DENPASAR**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2021**

SKRIPSI

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

Menyetujui,

Pembimbing I,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

Pembimbing II,



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 198502202010121007

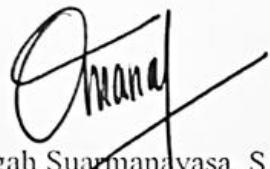
Skripsi oleh Arnila Rizki ini
Telah dipertahankan didepan dewan penguji
pada tanggal 19 Oktober 2021

Dewan Penguji,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 198502202010121007

(Anggota)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M.
NIP. 198505042015042001

(Anggota)

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

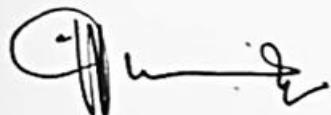
Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 19 Januari 2022

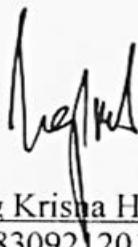
Mengetahui,

Ketua Ujian,



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

Sekretaris Ujian



Komang Krishna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis saya yang **berjudul** "Pengaruh *Viral Marketing, Online Customer Review* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee di Kota Denpasar" 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 keaslian karya saya ini.

Singaraja, 13 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,



Arnila Rizki
NIM. 1717041134

PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "*Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee di Kota Denpasar*". Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan 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) Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E, M.Si, Ak., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- (3) Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha dan Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
- (4) Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, kesabaran dan semangat telah membimbing, mengarahkan sampai terselesaiannya skripsi ini.
- (5) Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- (6) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan.
- (7) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staff yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.

- (8) Pelanggan Shopee di Kota Denpasar yang bersedia memberikan suaranya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
- (9) Kedua orangtua yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan emosional dan materi seta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- (10) Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2017.
- (11) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.



Singaraja, 13 Desember 2021

DAFTAR ISI

HALAMAN

PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	6
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	9
2.1 Deskripsi Teoretis	9
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	9
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian	9
2.1.3 Pengertian <i>Viral Marketing</i>	11
2.1.4 Indikator <i>Viral Marketing</i>	12
2.1.5 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	12
2.1.6 Indikator <i>Online Customer Review</i>	13
2.1.7 Pengertian Harga	14
2.1.8 Indikator Harga	14
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	15

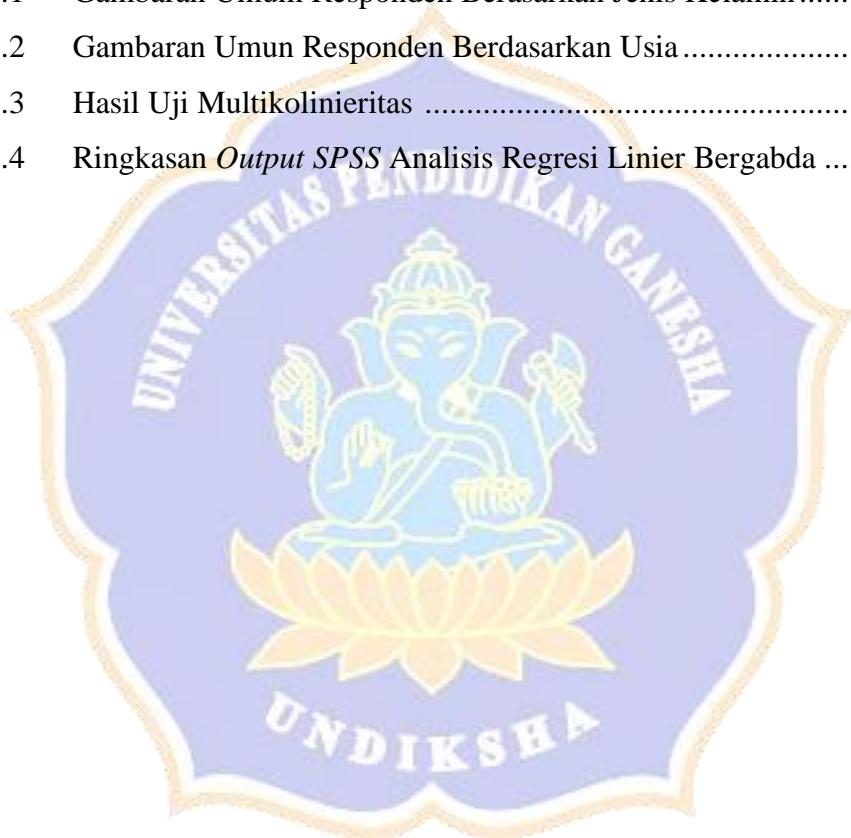
2.3	Hubungan Antar Variabel	19
2.3.1	Hubungan <i>Viral Marketing, Online Customer Review</i> dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.3.2	Hubungan <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.3.3	Hubungan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.4	Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.4	Kerangka Pemikiran.....	22
2.5	Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN		24
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.2	Rancangan Penelitian	24
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	25
3.4	Populasi dan Sampel	25
3.5	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
3.5.1	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.5.2	Variabel, Indikator dan Skala Pengukuran	27
3.6	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	28
3.6.1	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.6.2	Instrumen Pengumpulan Data	29
3.7	Metode dan Teknik Analisis Data	31
3.7.1	Uji Asumsi Klasik	32
3.8	Pengujian Hipotesis	34
3.9	Koefisien Determinasi.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Deskripsi Data	38
4.2	Pengujian Asumsi Klasik	39
4.2.1	Uji Normalitas Data.....	40

4.2.2 Uji Regresi Linier Berganda	42
4.2.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	44
4.3 Pengujian Hipotesis	44
4.3.1 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> (X_1), <i>Online Customer Review</i> (X_2) dan Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian	45
4.3.2 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	47
4.3.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	48
4.3.4 Pengaruh Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	49
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	50
4.4.1 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> , <i>Online Customer Review</i> dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.4.2 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian... <td>51</td>	51
4.4.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.4.4 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	54
4.4.5 Keterbatasan Penelitian.....	55
4.5 Implikasi.....	56
BAB V PENUTUP	58
5.1 Rangkuman.....	58
5.2 Simpulan.....	59
5.3 Saran.....	60
DAFTAR RUJUKAN	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

HALAMAN

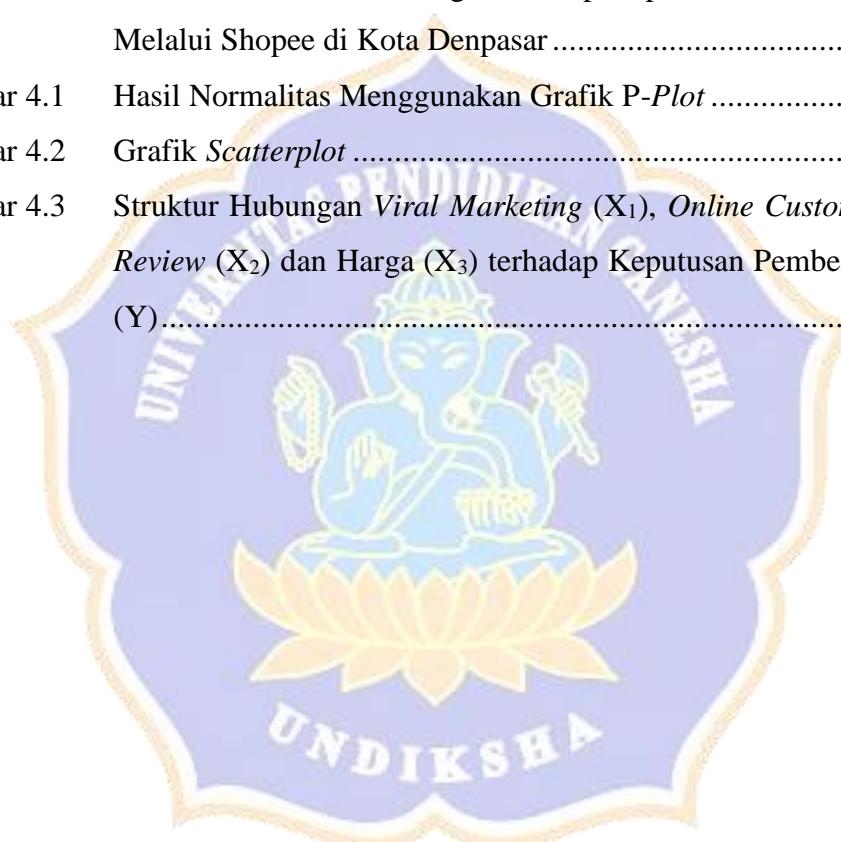
Tabel 2.1	Studi Empiris dengan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
Tabel 3.2	Variabel, Indikator dan Skala Pengukuran	27
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil.....	30
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	31
Tabel 4.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3	Hasil Uji Multikolinieritas	41
Tabel 4.4	Ringkasan <i>Output SPSS</i> Analisis Regresi Linier Bergabda	43



DAFTAR GAMBAR

HALAMAN

Gambar 1.1	Pengguna Internet Untuk Membeli Barang atau Jasa 2018	2
Gambar 1.2	Pengguna Internet Untuk Membeli Barang atau Jasa 2019- 2020.....	2
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir Pengaruh <i>Viral Marketing, Online Customer Review</i> dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee di Kota Denpasar	22
Gambar 4.1	Hasil Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot	40
Gambar 4.2	Grafik Scatterplot	42
Gambar 4.3	Struktur Hubungan <i>Viral Marketing</i> (X_1), <i>Online Customer Review</i> (X_2) dan Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 01 Kuesioner Penelitian

Lampiran 02 Hasil *Output SPSS*

- 2.1 Hasil Uji Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin
- 2.2 Hasil Uji Deskripsi Berdasarkan Usia
- 2.3 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil
- 2.4 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil
- 2.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar
- 2.6 Analisis Regresi Linier Berganda
- 2.7 Hasil Uji Asumsi Klasik

