

**HALAMAN MOTTO**

*One Day or Day one? that's up to you. BUT I'LL DO DAY ONE*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan kelancaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta Ibu Suprpti dan Bapak Muhammad Yunus yang selalu mendoakan, mendukung, memberikan semangat, motivasi, kekuatan, maupun bantuan finansial sehingga penulis bisa menjalani hidup dan dapat terus berjuang dalam mencapai segala cita dan impian yang ingin penulis wujudkan.
2. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan serta doa terbaiknya.
3. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa angkatan 2020 terutama kelas MJRA kampus 2 Kemranjen, terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan.
4. Para dosen yang tanpa pamrih telah memberikan pengarahan serta bimbingan.
5. Almamater tercinta dan tempat yang menjadi harapan penulis dalam meraih cita-cita yakni Universitas Putra Bangsa.
6. Diri sendiri yang selalu berusaha dan mencoba melalukan lebih banyak dari keterbatasan yang dipunya sampai saat ini.
7. Terakhir, terimakasih untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan semangat, dukungan serta motivasi selama penyusunan skripsi ini.

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Viral Marketing*, *Brand Awareness* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. Metode pengambilan sampel yang digunakan di penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Gerai Mixue Kemranjen yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk Mixue serta pernah membaca *review* baik di *Google Maps* maupun *Grabfood*. Total sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu uji instrument validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan program computer *SPSS 25.0 for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan setiap variabel valid dan reliabel. Model penelitian memenuhi kriteria uji asumsi klasik tidak terdapat multikolinieritas, heterokedastisitas, dan memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diperoleh bahwa *Viral Marketing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue, *Brand Awareness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue, *Online Customer Review* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. Sedangkan hasil uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa, *Viral Marketing*, *Brand Awareness* dan *Online Customer Review* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue.

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

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to determine the influence of Viral Marketing, Brand Awareness and Online Customer Reviews on Mixue Consumer Purchase Decisions. The sampling method used in this research is non-probability sampling with purposive sampling technique. The population in this research is Kemranjen Mixue Outlet consumers who have purchased and consumed Mixue products and have read reviews on both Google Maps and Grabfood. The total sample in this study was 100 respondents. The data collection method uses a questionnaire. The data analysis used was instrument validity and reliability testing, classical assumption testing and hypothesis testing using the SPSS 25.0 for Windows computer program. The results of this research show that all statement items for each variable are valid and reliable. The research model meets the classic assumption test criteria of no multicollinearity, heteroscedasticity, and meets the normality assumptions. Based on the results of the partial test (t test), it was found that Viral Marketing partially had a significant effect on Mixue Consumer Purchasing Decisions, Brand Awareness partially had a significant effect on Mixue Consumer Purchasing Decisions, Online Customer Reviews partially had no significant effect on Mixue Consumer Purchasing Decisions. Meanwhile, the results of the simultaneous test (f test) show that Viral Marketing, Brand Awareness and Online Customer Reviews simultaneously influence Mixue Consumer Purchase Decisions.*

**Keyword: Viral Marketing, Brand Awareness, Online Customer Review, and Purchase Decicion**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Viral Marketing, Brand Awareness, dan Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue (Studi Pada Konsumen Gerai Mixue Kemranjen)”.

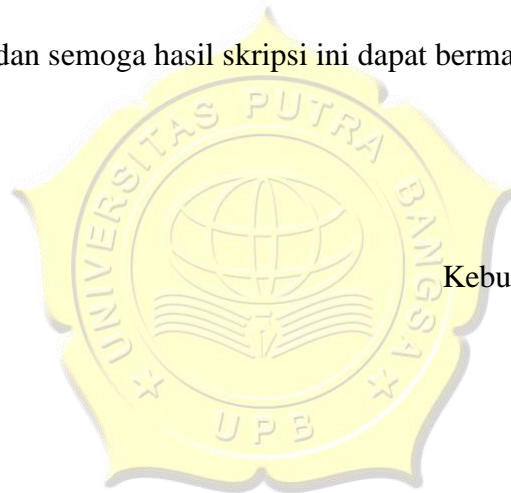
Penulis skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi jenjang Sarjana Manajemen (S1), dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Manajemen Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur dengan segenap kemampuan yang ada oleh penulis.

Tersusunya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah ikhlas dalam memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ika Susilowati S.pd.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap Dosen dan Civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

3. Segenap responden dalam penelitian ini yang sudah berkenan membantu memberikan jawaban mengenai Keputusan Pembelian Konsumen Mixue.
4. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Dengan adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis, maka dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik karena masih banyak kekurangan dan semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat.



Kebumen, 27 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Denis', written in a cursive style.

Denis Yogawijaya

NIM. 205504236

## DAFTAR ISI

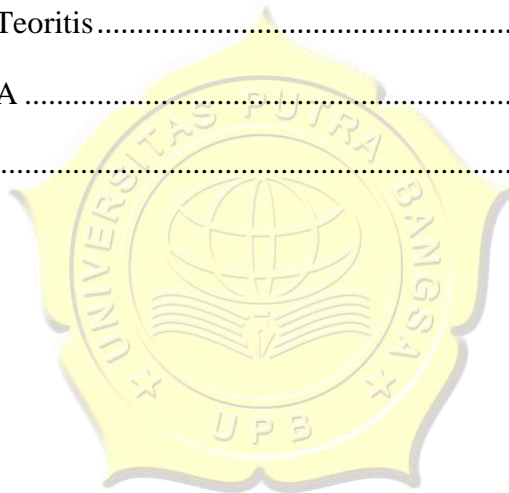
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAKSI .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	13
1.3. Batasan Masalah.....	15
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1. Tinjauan Teori .....	19
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	19
2.1.2. <i>Viral Marketing</i> .....	27

2.1.3.	<i>Brand Awareness</i> .....	30
2.1.4.	<i>Online Customer Review</i> .....	34
2.2.	Penelitian Terdahulu .....	36
2.3.	Hubungan Antar Variabel .....	48
2.4.	Model Empiris .....	50
2.5.	Hipotesis .....	51
BAB III METODE PENELITIAN.....		52
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	52
3.1.1.	Objek Penelitian .....	52
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	52
3.2.	Variabel Penelitian .....	52
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	53
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data .....	58
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	60
3.5.1.	Jenis Data .....	61
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data .....	62
3.6.	Populasi dan Sampel .....	63
3.6.1.	Populasi .....	63
3.6.2.	Sampel.....	63
3.6.3.	Teknik Pengumpulan Sampel .....	63
3.7.	Teknik Analisis.....	65
3.7.1.	Analisis Deskriptif .....	66
3.7.2.	Analisis Statistik .....	66
3.8.	Alat Analisis Data .....	66



BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	76
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	76
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	76
4.1.2. Gambaran Umum Responden .....	77
4.2. Analisis Deskriptif.....	78
4.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
4.2.2. Respponden Berdasarkan Usia.....	79
4.2.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi.....	79
4.2.4. Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang saku .....	80
4.3. Analisis Statistik.....	81
4.3.1. Uji Validitas .....	81
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	85
4.4. Uji Asumsi Klasik .....	86
4.4.1. Uji Multikolinieritas.....	86
4.4.2. Uji Heterokedastisitas .....	87
4.4.3. Uji Normalitas .....	88
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
4.6. Uji Hipotesis.....	92
4.6.1. Uji Parsial (Uji t).....	92
4.6.2. Uji Simultan (Uji f) .....	94
4.7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	96
4.8. Pembahasan .....	97
4.8.1. Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	97
4.8.2. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	99

4.8.3.	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian..	100
4.8.4.	Pengaruh <i>Viral Marketing, Brand Awareness, dan Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	102
BAB V	SIMPULAN .....	103
5.1.	Simpulan.....	103
5.2.	Keterbatasan .....	103
5.3.	Implikasi.....	104
5.3.1	Implikasi Praktis .....	104
5.3.2	Implikasi Teoritis.....	106
DAFTAR PUSTAKA	.....	109
LAMPIRAN	.....	113



## DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Jumlah Gerai Mixue di Kabupaten Banyumas.....	4
Tabel I - 2 Data Penjualan Gerai Mixue Kemranjen (Juli-November 2023).....	6
Tabel I - 3 Data Hasil Mini Riset Tentang Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Mixue Kemranjen .....	8
Tabel I - 4 Data Popularitas Brand Minuman Cepat Saji di Indonesia 2023.....	10
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu .....	46
Tabel III - 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian .....	55
Tabel III - 2 Indikator dan Distribusi Variabel Viral Marketing .....	56
Tabel III - 3 Indikator dan Distribusi Variabel Brand Awareness.....	57
Tabel III - 4 Indikator dan Distribusi Variabel Online Customer Review.....	58
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	79
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi .....	80
Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang saku.....	81
Tabel IV - 5 Hasil Uji Validitas Variabel Viral Marketing .....	82
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Awareness .....	83
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas Variabel Online Customer Review.....	84
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	84
Tabel IV - 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	85
Tabel IV - 10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	87
Tabel IV - 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	91
Tabel IV - 12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	93
Tabel IV - 13 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	96
Tabel IV - 14 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I - 1 Daftar Provinsi dengan Gerai Mixue terbanyak di Indonesia 2023 ..	3
Gambar I - 2 Online Customer Review di Google Maps dan Aplikasi Grab .....	12
Gambar II - 1 Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	25
Gambar II - 2 Model Empiris.....	50
Gambar IV - 1 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	88
Gambar IV - 2 Hasil Uji Normalitas .....	89



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran - 1 Kuesioner .....	113
Lampiran - 2 Identitas Responden .....	119
Lampiran - 3 Tabulasi Data .....	122
Lampiran - 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	126
Lampiran - 5 Uji Asumsi Klasik .....	130
Lampiran - 6 Analisis Regresi Linier Berganda .....	131
Lampiran - 7 Uji Hipotesis.....	131
Lampiran - 8 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	132
Lampiran - 9 Tabel r .....	133
Lampiran - 10 Tabel t.....	136
Lampiran - 11 Tabel f .....	137
Lampiran - 12 Kartu Bimbingan Sikripsi.....	138
Lampiran - 13 Kartu Seminar Proposal Skripsi .....	139

