



**PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN VIRAL
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BITTERSWEET BY NAJLA**

SKRIPSI

MUHAMMAD MIFTAHUL FATHURRAHMAN 1710111234

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN VIRAL
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BITTERSWEET BY NAJLA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

MUHAMMAD MIFTAHUL FATHURRAHMAN 1710111234

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Miftahul Fathurrahman

NIM : 1710111234

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan persyaratan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bekasi, 02 Juli 2021

Yang menyatakan,



Muhammad Miftahul Fathurrahman

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Miftahul Fathurrahman

NIM : 1710111234

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas skripsinya yang berjudul :

PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BITTERSWEET BY NAJLA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengakhimedia / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 02 Juli 2021



Muhammad Miftahul Fathurrahman

SKRIPSI

PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BITTERSWEET BY NAJLA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMMAD MIFTAHUL FATHURRAHMAN 1710111234

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 13 Juli 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Lina Ariyani, SE, MM
Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, MM
Penguji I



Diana Triwardhani, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE, Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan



Wahyudi, SE, ME
Ketua Program Studi

Disahkan : Jakarta
Pada Tanggal : 25 Juli 2021

The Influence of Influencer marketing and Viral marketing on Bittersweet By Najla Purchase Decisions

By Muhammad Miftahul Fathurrahman

Abstract

Bittersweet By Najla is known as a marketer who uses influencer marketing and viral marketing methods. Although this method is known as a powerful marketing method, sales of new products marketed using influencer marketing and viral marketing are not in line with the old products that people are familiar with. This study aims to prove the influence of influencer marketing on purchasing decisions and viral marketing on purchasing decisions. This research is a descriptive quantitative study with the object of research being Bittersweet By Najla consumers in Jabodetabek. The sample is 100 respondents with purposive sampling technique. This research hypothesis was tested using SmartPLS 3.0 with the results (1) There is a significant influence of influencer marketing on purchasing decisions of 0.425 (2) There is a significant influence of viral marketing on purchasing decisions of 0.346 (3) There is an influence of influencer marketing and viral marketing on purchasing decisions of 0.509.

Keywords: *Influencer marketing, Viral marketing, Purchase Decisions.*

Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla

Oleh Muhammad Miftahul Fathurrahman

Abstrak

Bittersweet By Najla dikenal sebagai pemasar yang menggunakan metode influencer marketing dan viral marketing. Meskipun metode tersebut dikenal sebagai metode pemasaran yang ampuh, penjualan pada produk baru yang dipasarkan menggunakan influencer marketing dan viral marketing tidak selaris produk lama yang telah dikenal orang-orang. Penelitian ini ditujukan untuk membuktikan pengaruh dari influencer marketing terhadap keputusan pembelian dan viral marketing terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan objek penelitian konsumen Bittersweet By Najla se Jabodetabek. Sampel berjumlah 100 responden dengan teknik purposive sampling. Hipotesis penelitian ini diuji menggunakan SmartPLS 3.0 dengan hasil (1) Adanya pengaruh signifikan influencer marketing terhadap keputusan pembelian sebesar 0.425 (2) Adanya pengaruh signifikan dari viral marketing terhadap keputusan pembelian sebesar 0.346 (3) Adanya pengaruh influencer marketing dan viral marketing terhadap keputusan pembelian sebesar 0.509.

Kata kunci: Influencer marketing, Viral marketing, Keputusan Pembelian, Bittersweet By Najla.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
Jalan RS. Fatmawati No.1 Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telp. 021-7656971, Fax.021-7656904
Website : <http://www.feb.upnvj.ac.id>, Email: febupnvj@upnvj.ac.id
Website : <http://www.feb.upnvj.ac.id>, Email: febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Hari ini Senin, 13 Juli 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Muhammad Miftahul Fathurrahman

Nomor Induk Mahasiswa : 1710111234




Program : Manajemen Program Sarjana

Dengan judul skripsi sebagai berikut:

Pengaruh Influencer Marketing dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / ~~Tidak Lulus~~ **)

Tim Penguji

| No. | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|-----|---------------------------|----------------|---|
| 1 | Lina Ariyani, SE, MM | Ketua Penguji |  |
| 2 | Dra. Heni Nastiti, MM | Penguji I |  |
| 3 | Diana Triwardhani, SE, MM | Penguji II **) |  |

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Juli 2021

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program Studi Manajemen

Program Sarjana



Wahyudi, SE, ME

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT dengan segala karunia-Nya sehingga hasil skripsi ini telah berhasil diselesaikan dengan judul “Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen UPN Veteran Jakarta.

Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Dr. Desmintari, SE., MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen, Ibu Diana Triwardhani, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II, serta bapak/ibu dosen yang telah membantu saya memberikan arahan dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Disamping itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang sangat supportif serta seluruh keluarga yang selalu memberikan doa dan mendukung penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada kawan-kawan yang telah mendukung antara lain Kevin Navilio, Kelvin Yohannes, Alyssa Suy, Saskia Regita, Nazmia Baladini, Irsyaad Rachmatullah, SONDY Alrizal, Farhan Habib, Herfa Tanur, Rikza Fauzi, Reza Fauzi, personil KKN Desa Penari, personil Lelaki, juga kawan-kawan mahasiswa manajemen yang telah sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis dan membantu dalam proses penulisan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak di masa yang akan datang.

Jakarta, 02 Juli 2021

Muhammad Miftahul Fathurrahman

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| PENGESAHAN | v |
| <i>Abstract</i> | vi |
| Abstrak | vii |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI | viii |
| PRAKATA | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| I.1 Latar Belakang | 1 |
| I.2 Rumusan Masalah | 6 |
| I.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| I.4 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| II.1 Landasan Teori | 8 |
| II.1.1 Pemasaran..... | 8 |
| II.1.2 Perilaku Konsumen | 9 |
| II.1.3 Keputusan Pembelian | 10 |
| II.1.4 <i>Influencer Marketing</i> | 13 |
| II.1.5 <i>Viral Marketing</i> | 16 |
| II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya..... | 18 |
| II.3 Model Penelitian Empiris..... | 22 |
| II.4 Hipotesis..... | 23 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 24 |
| III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 24 |

| | | |
|---------------|--|-----------|
| III.2 | Populasi dan Sampel | 25 |
| III.2.1 | Populasi | 25 |
| III.2.2 | Sampel..... | 25 |
| III.3 | Teknik Pengumpulan Data..... | 26 |
| III.3.1 | Jenis dan Sumber Data | 26 |
| III.3.2 | Pengumpulan Data | 26 |
| III.4 | Teknik Analisis Data..... | 27 |
| III.4.1 | Teknik Analisis Data Deskriptif..... | 27 |
| III.4.2 | Teknik Analisis Data Inferensial..... | 28 |
| III.4.3 | Uji Validitas | 31 |
| III.4.4 | Uji Reliabilitas..... | 32 |
| III.4.5 | Uji Hipotesis..... | 33 |
| BAB IV | HASIL DAN PEMBAHASAN | 35 |
| IV.1 | Deskripsi Obyek Penelitian..... | 35 |
| IV.2 | Deskripsi Data Penelitian | 35 |
| IV.2.1 | Deskripsi Data Responden | 36 |
| IV.3 | Uji Analisis Data Inferensial | 42 |
| IV.3.1 | Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 42 |
| IV.3.2 | Uji Validitas | 43 |
| IV.3.3 | Uji Reliabilitas..... | 45 |
| IV.3.4 | Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 46 |
| IV.3.5 | Uji T-Statistik..... | 46 |
| IV.4 | Pembahasan..... | 48 |
| IV.4.1 | Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 48 |
| IV.4.2 | Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian | 49 |
| IV.5 | Keterbatasan Penelitian | 50 |
| BAB V | SIMPULAN DAN SARAN | 52 |
| V.1 | Simpulan..... | 52 |
| V.2 | Saran..... | 52 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 54 |
| | RIWAYAT HIDUP | |
| | LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. Data Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian | 5 |
| Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya | 20 |
| Table 3. Pengukuran Variabel..... | 24 |
| Tabel 4. Skala <i>Likert</i> | 27 |
| Tabel 5. Kisi – Kisi Instrumen | 27 |
| Tabel 6. Skala Jawaban Responden | 28 |
| Tabel 7. Tabel Interpretasi Indeks..... | 28 |
| Tabel 8. Skala <i>Cronbach Alpha</i> | 33 |
| Tabel 9. Tabel Frekuensi Jawaban Keputusan Pembelian..... | 39 |
| Tabel 10. Tabel Frekuensi Jawaban <i>Influencer Marketing</i> | 40 |
| Tabel 11. Tabel Frekuensi Jawaban <i>Viral Marketing</i> | 41 |
| Tabel 12. Tabel <i>Average Variance Extracted</i> | 43 |
| Tabel 13. Tabel Re-Estimasi <i>Average Variance Extracted</i> | 44 |
| Tabel 14. <i>Loading Factor</i> | 44 |
| Tabel 15. Tabel <i>Composite Reliability</i> | 45 |
| Tabel 16. Tabel <i>Cronbach Alpha</i> | 45 |
| Tabel 17. Nilai <i>R Square</i> | 46 |
| Tabel 18. Nilai T-Statistik..... | 47 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Data Pengguna Internet di Indonesia..... | 1 |
| Gambar 2. Akun Instagram Bittersweet by Najla | 4 |
| Gambar 3. Model Penelitian | 23 |
| Gambar 4. Tahap Penggunaan PLS | 29 |
| Gambar 5. Kerangka Model Penelitian..... | 31 |
| Gambar 6. Logo Bittersweet By Najla..... | 35 |
| Gambar 7. Diagram Jenis Kelamin Responden | 36 |
| Gambar 8. Diagram Usia Responden..... | 36 |
| Gambar 9. Diagram Domisili Responden | 37 |
| Gambar 10. Diagram Pendidikan Terakhir Responden | 37 |
| Gambar 11. Diagram Pendapatan Responden..... | 38 |
| Gambar 12. <i>Outer Model</i> | 43 |
| Gambar 13. <i>Inner Model</i> | 48 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 3. Hasil *Output SmartPLS*
- Lampiran 4. Hasil Turnitin