



**PENGARUH VIRAL MARKETING, KUALITAS PRODUK
DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP
MINAT BELI BITTERSWEET BY NAJLA**

SKRIPSI

NURUL ANISAH 1910111195

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

2023



**PENGARUH VIRAL MARKETING, KUALITAS PRODUK
DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP
MINAT BELI BITTERSWEET BY NAJLA**

SKRIPSI

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

NURUL ANISAH 1910111195

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

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Nurul Anisah

NIM : 1910111195

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

Jakarta, 30 November 2022

Yang menyatakan



Nurul Anisah

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Anisah
NIM : 1910111195
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 Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Viral Marketing, Kualitas Produk dan *Electronic Word Of mouth*
Terhadap Minat Beli Bittersweet By Najla**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Januari 2023

Yang menyatakan



Nurul Anisah

SKRIPSI

PENGARUH VIRAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI BITTERSWEET BY NAJLA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Nurul Anisah 1910111195

Telah diperthankan di depan Tim Penguji pada Tanggal : 21 Desember 2022

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE.M.Si

Ketua Penguji



Rosali, SE,MM
Penguji I



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Suharvati, SE,MM
Penguji II (Pembimbing)



Siti Hidavati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 21 Desember 2022

***Influence Of Viral Marketing, Product Quality and Electronic Word Of Mouth
(E-Wom) On Interest To Buy Bittersweet By Najla***

By : Nurul Anisah

Abstract

Currently, the business world is becoming very tight because of the many business competitors that are growing rapidly with technology such as viral marketing. To maintain the “business economy” aspect, many entrepreneurs are looking for ways to maintain their business by promoting it on social media and they are trying to maintain the quality of existing products and consumers.

This study was conducted to examine alternatives to find out viral marketing, product quality, and electronic word of mouth (E-WOM) affect buying interest. Bittersweet by Najla must understand consumer tastes and provide interesting content on social media, because the bittersweet Instagram account has 1,700,000 Instagram followers. This study uses the type data in the form of quantitative methods the population taken is Instagram followers from bittersweet by Najla Jakarta and a sample of 100 respondents where data is collected using a questionnaire (google form) which is distributed online through social networks.

Keywords: Viral Marketing, Electronic Word of Mouth, Product Quality, Buying Interest

**Pengaruh Viral Marketing, Kualitas Produk Dan *Electronic Word Of Mouth*
(E-Wom) Terhadap Minat Beli Bittersweet By Najla**

Oleh : Nurul Anisah

Abstrak

Pada masa sekarang, dunia bisnis menjadi sangat ketat karena banyaknya pesaing bisnis yang berkembang pesat dengan adanya teknologi seperti viral marketing. Untuk mempertahankan aspek “ekonomi bisnis” berbagai pelaku usaha mencari cara untuk mempertahankan bisnisnya dengan mempromosikannya pada sosial media serta pelaku bisnis berusaha mempertahankan kualitas produk dan konsumen yang sudah ada.

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji alternatif untuk mengetahui viral marketing, kualitas produk dan *electronic word of mouth* (E-wom) berpengaruh pada minat beli. Bittersweet by najla harus memahami selera konsumen serta memberikan konten yang menarik pada sosial media, karena akun Instagram bittersweet memiliki 1.700.000 pengikut Instagram. Sehingga Penelitian ini memakai jenis data berupa metode kuantitatif serta populasi yang diambil yaitu *followers* Instagram dari bittersweet by najla kota Jakarta dan sampel berjumlah 100 responden yang dimana data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner (*google form*) yang disebarakan secara online melalui jejaring sosial.

Kata Kunci: Viral Marketing, *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, Minat Beli

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Rabu , tanggal 21 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Nurul Anisah

No.Pokok Mahasiswa : 1910111195

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Viral Marketing, Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Bittersweet by Najla

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Ketua	1.
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	2.
3	Suharyati, S.E., M.M	Anggota II (**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 21 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul “Pengaruh Viral Marketing, Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Bitterswet by Najla”. Sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Dengan kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., AK., M.AK., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Ibu Siti Hidayati S.E., M.M selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen. Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE.M.Si selaku Ketua Peguji. Ibu Rosali, SE, MM selaku Penguji 1 dan Ibu Suharyati, S.E., M.M. selaku Penguji 2 dan pembimbing yang telah membantu dan memberikan masukan dan ilmu yang bermanfaat.
2. Bapak Tatang dan Ibu Nuryani selaku orang tua yang selalu memberikan saya support, doa dan dukungan yang tidak henti-hentinya dalam mengerjakan dan menyelesaikan proposal skripsi dengan baik. Serta Abdurahman selaku kakak yang juga memberikan doa dan dukungan.
3. Kepada Nurul Hanifah, Tasya Aqilah, Mutiara Kanza, Erita Shafira, Katrin Patricia, Retno Nabila, Enggal Wacanenen, dan yang tidak disebutkan satu persatu.
4. Serta semua pihak - pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu-persatu dalam menyelesaikan perkuliahan hingga semester akhir.

Penulis menyadari dalam penulisan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang dapat membangun dan menyempurnakan. Penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menjadi pembelajaran untuk dikembangkan di kemudian hari.

Jakarta, 29 September 2022

Nurul Anisah

Nurul Anisah, 2023

PENGARUH VIRAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI BITTERSWEET BY NAJLA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2. Perumusan Masalah	8
I.3. Tujuan Penelitian	8
I.4. Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Landasan Teori	10
II.1.1 Minat Beli	14
II.1.2 Viral Marketing	15
II.1.3 Kualitas Produk	16
II.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-Wom)	17
II.2 Penelitian Terdahulu	18
II.3 Model Penelitian	24
II.3.1 Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli	25
II.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	25
II.3.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Minat Beli	26
II.4. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
III.1.1 Definisi Operasional	27
III.1.2 Pengukuran Variabel	28

III.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	29
III.2.1 Populasi.....	29
III.2.2 Sampel	29
III.3 Teknik Pengumpulan Data	30
III.3.1 Jenis Data.....	30
III.3.2 Sumber Data	30
III.3.3 Pengumpulan Data.....	30
III.4 Teknik Analisis Data	32
III.4.1 Analisis Data Deskriptif.....	32
III.4.2 Analisis Data Inferensial.....	33
III.4.3 Uji Validitas	36
III.4.4 Uji Reliabilitas	37
III.4.5 Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	39
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	40
IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....	40
IV.2.2 Analisis Data Deskriptif	44
IV.3. Uji Hipotesis dan Analisis Data	48
IV.3.1 Model Pengukuran (Outer Model)	48
IV.3.1.1 Uji Validitas.....	49
IV.3.1.2 Uji Realibilitas	51
IV.3.2 Model Struktural (Inner Model)	53
IV.3.2.1 R Square	53
IV.3.2.2 Q-Square.....	53
IV.3.3 Uji T-Statistik	54
IV.4. Pembahasan.....	56
IV.4.1 Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Bittersweet by Najla	56
IV.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Bittersweet by Najla	57
IV.4.3 Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Bittersweet By Najla.....	58
IV.5. Keterbatasan Penelitian.....	60

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	61
V.1 Simpulan.....	61
V.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
RIWAYAT HIDUP	66
LAMPIRAN	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Penetrasi Internet.....	2
Gambar 2 Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia.....	2
Gambar 3 Kualitas Produk Bahan Premium	4
Gambar 4 Ulasan Bittersweet.....	5
Gambar 5 Instagram Bittersweet.....	6
Gambar 6 Model Penelitian	24
Gambar 7 PLS (Partial Least Square)	34
Gambar 8 Hasil Output SmartPLS	35
Gambar 9 Varian Produk Bittersweet by Najla.....	39
Gambar 10 Diagram Jenis Kelamin	40
Gambar 11 Diagram Usia Responden.....	41
Gambar 12 Diagram Pekerjaan Responden	41
Gambar 13 Diagram Domisili Responden	42
Gambar 14 Diagram yang mengetahui produk Bittersweet.....	42
Gambar 15 Diagram responden yang berminat membeli Bittersweet	43
Gambar 16 Diagram responden mengetahui produk Bittersweet	43
Gambar 17 Diagram Jalur SmartPLS.....	48
Gambar 18 Inner Model.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Tahun Berdiri dan Jumlah Pengikut.....	5
Tabel 2 Matriks Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 3 Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 4 Skala Likert	31
Tabel 5 Kisi-kisi instrument.....	31
Tabel 6 Peringkat Jawaban Kuesioner	33
Tabel 7 Nilai Presentase Responden	33
Tabel 8 Koefisien Reliabilitas	37
Tabel 9 Frekuensi Jawaban Viral Marketing	44
Tabel 10 Frekuensi Jawaban Kualitas Produk	45
Tabel 11 Frekuensi Jawaban Electronic Word of Mouth.....	46
Tabel 12 Frekuensi Jawaban Minat Beli	47
Tabel 13 Loading Factor Outer Model.....	49
Tabel 14 Average Variance Extracted (AVE)	51
Tabel 15 Tingkat Realibilitas	51
Tabel 16 Composite Reliability	52
Tabel 17 Cronbach's Alpha	52
Tabel 18 Hasil R. Square	53
Tabel 19 Hasil Q Square	53
Tabel 20 Uji T-Statistik.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Penelitian Sebelumnya	67
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 3 Data Kuesioner Viral Marketing	77
Lampiran 4 Data Kuesioner Kualitas Produk	79
Lampiran 5 Data Kuesioner Ewom	81
Lampiran 6 Data Kuesioner Minat Beli	84
Lampiran 7 Hasil Deskripsi Data Responden	86
Lampiran 8 Hasil Analisis Deskriptif	89
Lampiran 9 Hasil Output Model PLS	90
Lampiran 10 Hasil Outer Model PLS	93
Lampiran 11 T Tabel	94