



**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *PRODUCT QUALITY*, DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PRODUK CIMORY YOGURT**

SKRIPSI

ALEXANDRA PUTRI ROSSARY

2110111064

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2025



**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *PRODUCT QUALITY*, DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PRODUK CIMORY YOGURT**

SKRIPSI

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

ALEXANDRA PUTRI ROSSARY

2110111064

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Alexandra Putri Rossary

NIM : 2110111064

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

Jakarta, 9 April 2025

Yang menyatakan,

A yellow rectangular stamp with a black border. Inside the stamp, there is a black and white logo of a Garuda (Indonesian national emblem) in the center. To the left of the logo, the word "METRA" is written vertically. Below the logo, the word "TEMPER" is written. At the bottom of the stamp, there is a small number "71CAMX862168132". A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Alexandra Putri Rossary

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alexandra Putri Rossary
NIM : 2110111064
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, Product Quality, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Cimory Yogurt

Berserta 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 : 14 Juli 2025

Yang menyatakan,

The image shows an official stamp of Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. The stamp is rectangular with a decorative border. It contains the university's name in Indonesian, the acronym UPN VETERAN, and a unique identification number: B01CZAMX437384475. Overlaid on the stamp is a handwritten signature in black ink.

(Alexandra Putri Rossary)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK CIMORY YOGURT

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ALEXANDRA PUTRI ROSSARY

2110111064

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 4 Juli 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima


Diena Ruhjatini, SE.MM
Ketua Penguji


Jenji Gunaedi Argo, SE.M.M., CLIP
Penguji I


Dra. Bernadin Dwi M, M.M., CPM
Penguji II



Dr. Jubaedah, S.E., M.M
Dekan


Siti Hidayati, S.E., M.M
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 4 Juli 2025

THE INFLUENCE OF VIRAL MARKETING, PRODUCT QUALITY, AND BRAND AWARENESS ON PURCHASE INTENTION OF CIMORY YOGURT PRODUCTS

By Alexandra Putri Rossary

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine, analyze, and prove the effect of viral marketing, product quality, and brand awareness on the purchase intention of Cimory Yogurt consumers. The sample in this study consisted of 100 respondents who are Cimory Yogurt consumers and live in the Jabodetabek area. Sampling was conducted using non-probability sampling method with purposive sampling technique. Data collection was obtained through distributing questionnaires online using Google Form. Data analysis was carried out descriptively and inferentially with the help of SmartPLS 4.0 software. The results showed that: (1) viral marketing has a significant effect on purchase intention, (2) product quality has a significant effect on purchase intention, and (3) brand awareness also has a significant effect on purchase intention.

Keywords: *Viral Marketing, Product Quality, Brand Awareness, Purchase Intention, Cimory Yogurt*

PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK CIMORY YOGURT

Oleh Alexandra Putri Rossary

Abstrak

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh *viral marketing*, *product quality*, dan *brand awareness* terhadap *purchase intention* konsumen Cimory Yogurt. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden yang merupakan konsumen Cimory Yogurt dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form*. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensial dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *viral marketing* memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase intention*, (2) *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*, dan (3) *brand awareness* juga berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *Viral Marketing, Product Quality, Brand Awareness, Purchase Intention, Cimory Yogurt*

BERITA ACARA SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR SEMESTER GENAP TA. 2024/2025

Pada hari ini, Jumat, tanggal 4 Juli 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir
bagi mahasiswa:

Nama : Alexandra Putri Rossary

NIM : 2110111064

Program Studi : Manajemen S1

Judul Tugas Akhir :

**PENGARUH VIRAL MARKETING, PRODUCT QUALITY DAN BRAND
AWARENESS TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK CIMORY YOGURT**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus / Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dienni Ruhjatini Sholehah, SE., MM	Ketua	
2	Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M., CLIP	Anggota I	
3	Dra. Bernadin Dwi M, MM	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D

Jakarta, 4 Juli 2025

Mengesahkan

a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia Nya, penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Viral Marketing, Product Quality, Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention* Produk Cimory Yogurt.” Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Selama proses penyusunan, penulis menerima banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Antar Venus MA Comm. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Ibu Dra. Anastasia Bernadin Dwi M, MM., CPM. selaku dosen pembimbing yang telah membantu, membimbing dan memotivasi penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik.
6. Keluarga dan teman-teman yang telah memberikan doa dan dukungan selama menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan dan saran untuk meningkatkan kualitas serta manfaat dari penelitian ini.

Jakarta, 11 Juni 2025

Alexandra Putri Rossary

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak.....	vii
BERITA ACARA SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen	12
2.1.3 <i>Purchase Intention</i>	13
2.1.4 <i>Viral Marketing</i>	15
2.1.5 <i>Product Quality</i>	17

2.1.6 <i>Brand Awareness</i>	19
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	20
2.3 Model Penelitian	29
2.3.1 <i>Viral Marketing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	29
2.3.2 <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	29
2.3.3 <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	30
2.3 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.1.1 Definisi Operasional.....	32
3.1.2 Pengukuran Variabel	33
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1 Jenis Data	37
3.3.2 Sumber Data.....	37
3.3.3 Pengumpulan Data	37
3.4 Teknik Analisis Data	39
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	39
3.4.2 Analisis Inferensial.....	41
3.4.3 Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	51
4.2.1 Deskripsi Data Responden	52

4.2.2 Analisis Data Deskriptif	56
4.3 Analisis Data Inferensial	65
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	65
4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	71
4.4 Uji Hipotesis dan Analisis	73
4.5 Pembahasan.....	75
4.5.1 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	76
4.5.2 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	78
4.5.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Simpulan	84
5.2 Keterbatasan Penelitian	85
5.3 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait Minat Beli	26
Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Penelitian	34
Tabel 3. Bobot Penilaian Skor Skala Likert	37
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen Penelitian	38
Tabel 5. Nilai Indeks dan Interpretasi Responden	40
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas	45
Tabel 7. Tingkat R Square	45
Tabel 8. Nilai Q Square	46
Tabel 9. Nilai Indeks dan Interpretasi Jawaban Kuesioner	56
Tabel 10. Hasil Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Purchase Intention...	57
Tabel 11. Hasil Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Viral Marketing.....	59
Tabel 12. Hasil Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Product Quality.....	61
Tabel 13. Hasil Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Awareness.....	63
Tabel 14. Hasil Outer Loading	66
Tabel 15. Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	67
Tabel 16. Hasil HTMT	68
Tabel 17. Hasil Cronbach's Alpha	70
Tabel 18. Hasil Composite Reliability	70
Tabel 19. Hasil R-Square	72
Tabel 20. Hasil Q-Square	72
Tabel 21. Hasil Uji Bootstraping.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Media Promosi Kegiatan F&B Skala Menengah dan Besar	1
Gambar 2. Pendapatan Segment Yogurt di Indonesia	3
Gambar 3. Produk Cimory Yogurt	4
Gambar 4. Grafik Tren Pencarian Produk Cimory Yogurt.....	5
Gambar 5. Video Pemasaran Viral Cimory Yogurt	6
Gambar 6. Grafik Top Brand Index Sektor F&B Yogurt	8
Gambar 7. Top Brand Index Yogurt Indonesia.....	8
Gambar 8. Model Penelitian	31
Gambar 9. Tahapan Analisis PLS.....	41
Gambar 10. Inner Model	42
Gambar 11. Outer Model	43
Gambar 12. Diagram Jalur	44
Gambar 13. Logo Cimory	49
Gambar 14. Varian produk Cimory Yogurt	50
Gambar 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Gambar 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili atau Tempat Beraktivitas	54
Gambar 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Status	55
Gambar 19. Outer Model Penelitian	65
Gambar 20. Hasil Inner Model.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data Jawaban Kuesioner Responden

Lampiran 3. Deskripsi Responden

Lampiran 4. Hasil Olah Data Penelitian

Lampiran 5. Bukti Penyebaran Kuesioner

Lampiran 6. T-Tabel