

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN *BRAND*  
*AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK WARDAH DI SIDOARJO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1  
Program Studi Administrasi Bisnis**



**Oleh :**

**TIARA RAHMA WATI**

**NPM. 112190082**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**PENGARUH VIRAL MARKETING DAN BRAND  
AWARENES TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK WARDAH DI SIDOARJO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1  
Program Studi Administrasi Bisnis**



**Oleh :**

**TIARA RAHMA WATI**

**NPM. 112190082**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Tiara Rahma Wati  
NPM : 1121900082  
Judul Skripsi : Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap  
Keputusan Pembelian Produk Wardah di Sidoarjo

Surabaya 4 Juli 2023

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,  
Dosen Pembimbing

  
Dr. Dra. Avun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103


  
Dr. Dra. Avun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 26 Juni 2023

Dewan Penguji :

1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P (  )  
Ketua
2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M (  )  
Anggota 1
3. Dra. Sri Andayani, M.M (  )  
Anggota 2

Mengesahkan  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dekan,

  
**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**

**NPP, 20120.87.0103**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda taangan dibawah ini,

Nama : Tiara Rahma Wati

NPM : 1121900082

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Sidoarjo

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah di publikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh dan atas kesadaran yang sedasar – sadarnya.

Surabaya, 04 Juli 2023

Pembuat Pernyataan



(Tiara Rahma Wati)

v





UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45  
SURABAYA TELP. 031 593  
1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Rahma Wati  
NBI/NPM : 1121900082  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek\*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh Rasio Profitabilitas (NPM, ROA, Dan ROE) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT. Blue Bird, Tbk Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada tanggal : 03 Juli 2023

Yang Menyatakan,



( Tiara Rahma Wati )

\*Coret yang tidak perlu

vi

### MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.” Anda.Tirmidzi

Sesungguhnya mencapai puncak itu berat  
Tapi tetap bertahan dipuncak jauh lebih berat  
Allah tidak akan membebani seseorang jauh dari kemampuannya.



## ABSTRACT

*In the current millennial era, cosmetics are a very important need for every woman to beautify herself so that she looks more attractive. This makes intense competition between cosmetic manufacturers in introducing their products, and producers must think hard in developing products and attracting consumers. One of them is Wardah cosmetics. Wardah is a halal cosmetic that has been certified by LPPOM - MUI (Indonesian Ulema Council) and has spread throughout Indonesia, including in the city of Sidoarjo. With the increasingly widespread development of the internet, businesses are currently choosing a marketing strategy by utilizing the internet to communicate, provide information and promote their business to consumers and companies must also understand the process of making consumer purchasing decisions for all products. It is better for the management to pay attention to the influential variables so that the company can survive and develop continuously and can improve purchasing decisions. This study aims to determine the simultaneous or partial effect of viral marketing and brand awareness on purchasing decisions for Wardah cosmetic products in Sidoarjo. Data collection was carried out using a nonprobability sampling technique, purposive sampling method. Data collection using a questionnaire and google form. The sample used was 100 Wardah consumer respondents in the city of Sidoarjo. This research uses quantitative analysis using validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression, determination test (R<sup>2</sup>), t test and f test. The results of this study indicate that viral marketing and brand awareness variables have a significant influence on purchasing decisions, both simultaneously and partially on wardah products in Sidoarjo.*

*Keywords: Viral Marketing, Brand Awareness, Purchase Decision*



## ABSTRAK

Pada era milenial saat ini kosmetik merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi setiap wanita untuk mempercantik dirinya agar terlihat lebih menarik. Hal ini membuat persaingan ketat antara produsen kosmetik dalam mengenalkan produknya, dan produsen harus berpikir keras dalam mengembangkan produk dan menarik konsumen. Salah satunya adalah kosmetik Wardah. Wardah merupakan kosmetik halal yang sudah di sertifikasi oleh LPPOM – MUI (Majelis Ulama Indonesia) dan sudah tersebar di seluruh Indonesia termasuk di kota Sidoarjo. Dengan perkembangan internet yang semakin luas membuat pelaku bisnis saat ini memilih strategi pemasaran dengan memanfaatkan internet untuk berkomunikasi, memberikan informasi dan mempromosikan bisnisnya kepada konsumen dan perusahaan juga harus memahami bagaimana proses dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen atas semua produk. Sebaiknya pihak manajemen harus memperhatikan variabel – variabel yang berpengaruh agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang terus menerus serta dapat meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan maupun parsial dari *viral marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik Wardah di Sidoarjo. Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik nonprobability sampling, metode purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan google form. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden konsumen Wardah di kota Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji determinasi ( $R^2$ ), uji t dan uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *viral marketing* dan *brand awareness* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara simultan dan parsial pada produk wardah di Sidoarjo.

Kata Kunci : *Viral Marketing*, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Puja dan puji syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. Atas ridhanya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Pengaruh *viral marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk wardah di Sidoarjo”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah skripsi di fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Namun, selesainya skripsi ini tidak lepas dari doa, bantuan, dukungan serta bimbingan dari beberapa pihak sehingga penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada, yakni :

1. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, M.P sebagai Dosen pembimbing I dan Bapak Drs. Ute Chairus M. Nasution, M.S yang telah banyak meleuangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan sepenuh hati kepada penulis selama proses penyusunan dan penulisan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, M.P sebagai Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Ibu Dra. Anda Made Ida Pratiwi, M.M sebagai Kaprodi di Prodi Administrasi Bisnis.
4. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M.M sebagai Dosen Wali.
5. Orang tua penulis, Bapak dan Ibu. Terimakasih untuk doa, dukungan, semangat dan kasih sayang serta nasihat yang tiada henti diberikan kepada kehidupan penulis.
6. Bapak/Ibu dosen serta para staf Tu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang turut membantu proses jalannya skripsi ini.
7. Teman–teman yang memberikan support, dukungan dan semangat pada saat mengerjakan skripsi ini.
8. Diri sendiri yang selalu kuat, karena tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.
9. Para responden yang meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner saya, serta semua pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini, untuk itu segala kritik dan saran yang digunakan untuk perbaikan serta penyempurnaan pada skripsi ini sangat diharapkan oleh penulis.

Sidoarjo, 23 Juni 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

MOTTO .....	6
ABSTRACT.....	8
ABSTRAK.....	9
KATA PENGANTAR .....	10
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR .....	14
DAFTAR LAMPIRAN.....	15
BAB I PENDAHULUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Sistematika Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Landasan Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Viral Marketing.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Brand Awareness .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Definisi Konsep .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Definisi Operasional .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5 Pengaruh Hubungan Antar Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.1 Pengaruh Viral Marketing dengan Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.2 Pengaruh Brand Awareness dengan Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6 Kerangka Dasar Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7 Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1 Populasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2 Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1 Skala Pengukuran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.3 Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.3.1 Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.3.2 Uji Reabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.5 Pengujian Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Penyajian Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2 Visi dan Misi Wardah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3 Produk Kosmetik Wardah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Gambaran Umum Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.2.1 Profil Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2 Uji Intrumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.1 Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.2 Uji Reabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3 Tabulasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1 Tabulasi Data per Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2 Skala Pengukuran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2.1 Rekapitulasi per Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2.2 Rekapitulasi per Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4 Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.3 Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.4 Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji t) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.5 Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5 Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.1 Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.2 Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.3 Pengaruh Viral Marketing, Brand Awareness terhadap Keputusan pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Kesimpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Rekomendasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 1 Karakteristik responden yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>not defined.</b>	
Tabel 4. 2 Karakteristik responden yang diklasifikasikan berdasarkan usia	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>not defined.</b>	
Tabel 4. 3 Karakteristik responden yang diklasifikasikan berdasarkan pekerjaan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>not defined.</b>	
Tabel 4. 4 Karakteristik responden yang diklasifikasikan berdasarkan frekuensi pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 5 Karakteristik responden yang diklasifikasikan berdasarkan pendapatan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>not defined.</b>	
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Wardah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 8 Tabel Tabulasi Data Variabel Viral Marketing (X1)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 9 Tabel Tabulasi Data Variabel Brand Awareness (X2)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 10 Tabel Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 11 Interval Rata – Rata Skor.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Variabel Viral Marketing.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Variabel Brand Awareness	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Tabel 4. 15 Uji Normalitas..... **Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas ..... **Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... **Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda. **Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 4. 19 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )..... **Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 4. 20 Hasil Uji Signifikan Parsial (t)..... **Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 4. 21 Hasil Uji Signifikan Simultan (F) ..... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Data tentang penjualan Wardah di Tokopedia dan Shopee (Official & Non Official Store)..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 2 Merk Kosmetik Lokal Paling Populer di Indonesia**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 3 Top Seller Produk Wardah di Toko Resmi Shopee**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 1 Logo Wardah..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 2 Produk Wardah ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 3 Uji Normalitas data model P-plot**Error! Bookmark not defined.**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Uji Validitas
- Lampiran 4 Uji Reabilitas
- Lampiran 5 Hasil Analisis
- Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 Hasil Turnitin