

SKRIPSI

PENGARUH WORD OF MOUTH, CELEBRITY ENDORSEMENT,
DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PRODUK SEBLAK DI SURABAYA TIMUR



Oleh :

DEVIA SAVITRI
NBI : 1212000135

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

SKRIPSI

**PENGARUH WORD OF MOUTH, CELEBRITY ENDORSEMENT, DAN
VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PRODUK SEBLAK DI SURABAYA TIMUR**



Oleh :
Devia Savitri
NBI : 1212000135

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**"PENGARUH WORD OF MOUTH, CELEBRITY ENDORSEMENT, DAN
VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PRODUK SEBLAK DI SURABAYA TIMUR"**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

Devia Savitri

NBI : 1212000135

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Devia Savitri
NBI : 1212000135
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Word Of Mouth, Celebrity Endorsement, Dan
Viral Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Produk
Seblak Di Surabaya Timur

Surabaya, 05 Januari 2024
Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing



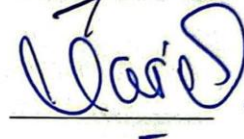
Drs. Ec. Mataji, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 11 Januari 2024

TIM PENGUJI :

1. Dr. Nanis Susanti, MM - Ketua
2. Drs. Ec. Mataji, MM - Anggota
3. Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, MM - Anggota



Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Rivadi, M.Si., Ak., CA

NPP : 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Devia Savitri
2. NBI : 1212000135
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578154212020002
6. Alamat Rumah (KTP) : Jl. Tambak Asri 48, RT.002/RW.006, Kec.
Krembangan, Kel. Morokrembangan, Surabaya.

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**“PENGARUH WORD OF MOUTH, CELEBRITY ENDORSEMENT, DAN
VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PRODUK SEBLAK DI SURABAYA TIMUR”**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan, dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 05 Januari 2024


DE486AKX810158387
(Devia Savitri)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

LIBRARY AGENCY
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 bertandatangan dibawah ini :

Nama : Devia Savitri
NBI/NPM : 1212000135
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
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 Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul:

“PENGARUH WORD OF MOUTH, CELEBRITY ENDORSEMENT, DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SEBLAK DI SURABAYA TIMUR”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*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 : 23 Januari 2023



(Devia Savitri)
1212000135

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan atas kemampuan untuk melanjutkan pendidikan program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi. Tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Drs. Ec. Mataji, MM. Selaku pembimbing yang banyak memberikan arahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasan. Saya sangat berterimakasih atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh perkuliahan pada Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dra. Ec. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan penelitian. Dan juga saya ucapkan terima kasih karena banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
7. Kedua Orang Tua beserta kakak dan adik saya yang telah membantu dan mendukung saya selama proses perkuliahan berlangsung. Terima kasih saya ucapkan atas segala yang telah diberikan kepada saya selama ini.
8. Seluruh teman-teman saya terutama Astri, Sinta, Tarissa, dan Siti yang sampai saat ini terus memberi support dan dukungan kepada saya. Saya sangat berterima kasih segala dukungan yang telah diberikan kepada saya selama ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak memiliki kekurangan, oleh karena itu tersebut penulis sangat terbuka menerima kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada seluruh pembaca, dan dapat menjadi pedoman dalam penelitian selanjutnya.

Surabaya. 05 Januari 2024



Devia Savitri

RINGKASAN

Hubungan antara *word of mouth*, *celebrity endorsement*, *viral marketing*, dan kepuasan konsumen saling terkait dan memainkan peran krusial dalam dinamika pemasaran yang semakin modern. *Word of mouth* memberikan dimensi lebih lanjut dengan memanfaatkan rekomendasi dan ulasan positif yang tersebar dari mulut ke mulut. Sementara itu melalui *viral marketing*, sebuah produk akan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut. Dalam penelitian ini masalah yang dibahas adalah mengenai hubungan antara *word of mouth*, *celebrity endorsement*, dan *viral marketing* terhadap kepuasan konsumen produk Seblak Di Surabaya Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan sampel penelitian adalah konsumen produk Seblak di Surabaya Timur. Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan angket yang kemudian diolah menggunakan SPSS versi 24. Berdasarkan pengujian hipotesis menyatakan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel independen yaitu kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, SPSS, Seblak, Surabaya Timur

SUMMARY

The relationship between word of mouth, celebrity endorsement, viral marketing, and consumer satisfaction is intertwined and plays a crucial role in the increasingly modern marketing dynamics. Word of mouth provides a further dimension by leveraging positive recommendations and reviews spread by word of mouth. Meanwhile, through viral marketing, a product will be better known by the wider community so as to increase consumer interest in the product. In this study, the issue discussed was the relationship between word of mouth, celebrity endorsement, and viral marketing on consumer satisfaction of Seblak products in East Surabaya. The sampling technique used in this study was accidental sampling.

This research included quantitative research with the research sample being consumers of Seblak products in East Surabaya. The data in this study was collected using questionnaires which were then processed using SPSS version 24. Based on hypothesis testing, it states that all independent variables in this study have a significant influence on the independent variable, namely consumer satisfaction.

Keywords : Customer Satisfaction, SPSS, Seblak, East Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini menguji hubungan antara *word of mouth*, *celebrity endorsement*, dan *viral marketing* terhadap kepuasan konsumen Produk Seblak Di Surabaya Timur. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner yang berisi pernyataan mengenai variabel yang diteliti. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* dengan sampel yang diambil sebanyak 107 responden. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) *viral marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (4) *word of mouth*, *celebrity endorsement*, dan *viral marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Seblak Di Surabaya Timur.

Kata kunci: *Word Of Mouth, Celebrity Endorsement, Viral Marketing, Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

This research examines the relationship between word of mouth, celebrity endorsement, and viral marketing on consumer satisfaction of Seblak Products in East Surabaya. Data collection is carried out by questionnaire method containing statements regarding the variables studied. The sampling technique used in this study was accidental sampling with a sample of 107 respondents. Hypothesis testing was performed using SPSS version 24.

The results of this study show that: (1) word of mouth has a positive and significant effect on consumer satisfaction, (2) celebrity endorsement has a positive and significant effect on consumer satisfaction, (3) viral marketing has a positive and significant effect on consumer satisfaction, (4) word of mouth, celebrity endorsement, and viral marketing have a positive and significant effect on consumer satisfaction of Seblak products in East Surabaya.

Keyword: Word Of Mouth, Celebrity Endorsement, Viral Marketing, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
RINGKASAN	ix
<i>SUMMARY</i>	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat Praktis	3
1.4.2 Manfaat Akademis	4
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.2 Perilaku Konsumen	6

2.1.3 <i>Word Of Mouth</i> (WOM)	6
2.1.4 <i>Celebrity Endorsement</i>	8
2.1.5 <i>Viral Marketing</i>	10
2.1.6 Kepuasan Konsumen	13
2.2 Peneitian Terdahulu	15
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	18
2.3.1 Hubungan antara <i>Word Of Mouth</i> terhadap Kepuasan Konsumen	18
2.3.2 Hubungan antara <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Kepuasan Konsumen	18
2.3.3 Hubungan antara <i>Viral Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen	18
2.4 Kerangka Konseptual	19
2.5 Hipotesis	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data	22
3.4 Populasi dan Sampel.....	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	24
3.7 Proses Pengelolahan Data.....	25
3.8 Metode Analisa Data	26
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	27
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	29
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	29
4.2.2 Analisis Deskriptif Responden	30
4.2.3 Analisis Deskriptif <i>Word Of Mouth</i> (X1)	31
4.2.4 Analisis Deskriptif <i>Celebrity Endorsement</i> (X2)	32
4.2.5 Analisis Deskriptif <i>Viral Marketing</i> (X3).....	32

4.2.6 Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen (Y)	33
4.3 Uji Instrumen	33
4.3.1 Uji Validitas	33
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	35
4.4 Analisis Data	35
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	35
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	41
4.5 Pengujian Hipotesis.....	41
4.5.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	41
4.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji f).....	42
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	43
4.7 Keterbatasan Penelitian	45
BAB 5 PENUTUP.....	47
5.1 Simpulan	47
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	24
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	30
Tabel 4. 3 Rata - Rata Jawaban Responden	31
Tabel 4. 4 Rata – Rata Jawaban Responden Variabel <i>Word Of Mouth</i>	31
Tabel 4. 5 Rata - Rata Jawaban Responden Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	32
Tabel 4. 6 Rata - Rata Jawaban Responden Variabel Viral Marketing	32
Tabel 4. 7 Rata - Rata Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen.....	33
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel	34
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Variabel.....	35
Tabel 4. 10 Uji Normalitas Kolomogorov-Smirnov Test.....	37
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	38
Tabel 4. 12 Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Dterminasi (R^2)	41
Tabel 4. 14 Hasil Uji t	42
Tabel 4. 15 Hasil Uji f.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	19
Gambar 3. 1 Tahapan penelitian	21
Gambar 4. 1 Produk Seblak.....	29
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	36
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	53
Lampiran 2 Karakteristik Responden	59
Lampiran 3 Data Penelitian	63
Lampiran 4 Validitas Instrumen	70
Lampiran 5 Realibilitas Instrumen	73
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	74
Lampiran 7 Multikolineritas	75
Lampiran 8 Analisis Regresi Linear	76
Lampiran 9 Kartu Bimbingan.....	77
Lampiran 10 Bukti Publikasi.....	78