

**PENGARUH *VIRAL MARKETING, CELEBRITY
ENDORSER* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* AVOSKIN PADA
MAHASISWA DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

ELYANA NUR FAIZA
NIM : 1122000150

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *CELEBRITY*
ENDORSER DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* AVOSKIN PADA
MAHASISWA DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

ELYANA NUR FAIZA
NIM : 1122000150

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

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Elyana Nur Faiza

NIM : 1122000150

Judul : Pengaruh *Viral Marketing, Celebrity Endorser* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Avoskin Pada Mahasiswa di Surabaya

Surabaya, 26 Juni 2024

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

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing I



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus Surabaya, dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada 26 Juni 2024.

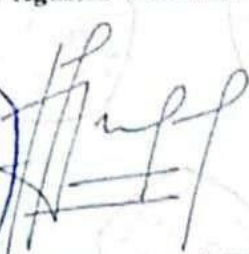
DEWAN PENGUJI:

1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
Ketua
2. Drs. Agung Pujiyanto, M.M
Anggota
3. Dra. Sri Andayani, M.M
Anggota

()
()
()

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya




Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elyana Nur Faiza
NIM : 1122000150
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Avoskin* Pada Mahasiswa di Surabaya

Menyatakan bahwa :

1. 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 dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian 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.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya 26 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan,



(Elyana Nur Faiza)



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 sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Elyana Nur Faiza
NBI : 1122000150
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

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 Viral Marketing, Celebrity Endorser dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin Pada Mahasiswa di Surabaya"

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 26 Juni 20224

Yang Menyatakan,



(Elyana Nur Faiza)

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al Baqarah: 286)

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al Insyirah : 6-8)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua Orang Tua Bapak Nurohim dan Ibu Ratna yang telah senantiasa memberikan kasih sayang dukungan, semangat serta doa kepada penulis. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau telah mengorbankan segalanya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar ini untuk Bapak dan Ibu. Semoga beliau selalu bangga kepada penulis.
2. Almarhum Sulinah Nenek tersayang, yang telah membesarkan penulis dengan baik dan penuh kasih sayang. Penulis berharap dengan terselesaikannya skripsi ini, dapat menjadi penghormatan dan apresiasi atas segala perjuangan dan kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis. Semoga Allah menempatkan Nenek di tempat terbaik disisi-Nya.
3. Evy Nur Afidah kakak kandung penulis, yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dan selalu membantu penulis dalam hal apapun, serta kakak paling hebat bagi penulis.
4. Kepada Elyana Nur Faiza (Penulis) yang telah berusaha keras dan berjuang sejauh ini sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Pada era modern saat ini, kesadaran masyarakat Indonesia terhadap perawatan kulit meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Kesadaran ini meningkatkan keinginan masyarakat untuk lebih menjaga kesehatan kulit dari berbagai faktor luar yang dapat merusak kulit, seperti polusi, sinar matahari, dan zat-zat berbahaya lainnya. Dengan kesadaran yang lebih tinggi dapat memungkinkan masyarakat untuk semakin memahami pentingnya perawatan kulit untuk menjaga kesehatan dan kecantikan kulit. Masyarakat menjadi semakin sadar akan manfaat produk perawatan kulit dan mulai mencari produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan kulit mereka. Sehingga produk perawatan kulit dianggap bukan lagi menjadi kebutuhan sekunder melainkan sudah menjadi kebutuhan primer. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser* dan *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian produk skincare Avoskin pada mahasiswa di Surabaya. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan e-kuesioner melalui Google Form. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser* dan *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

In this modern era, Indonesian people's awareness of skin care has increased rapidly in recent years. This awareness increases people's desire to maintain healthy skin from various external factors that can damage the skin, such as pollution, sunlight and other dangerous substances. Higher awareness can enable people to better understand the importance of skin care to maintain healthy and beautiful skin. People are becoming increasingly aware of the benefits of skin care products and are starting to look for products that suit their skin's needs. So that skin care products are no longer considered a secondary need but have become a primary need. The aim of this research is to determine the influence of Viral Marketing, Celebrity Endorser and Online Customer Reviews on purchasing decisions for Avoskin skincare products among students in Surabaya. This type of research uses quantitative methods with multiple linear regression analysis. The number of samples in this research was 100 respondents. The data collection technique in this research uses e-questionnaires via Google Form. The results of this research show that partially or simultaneously Viral Marketing, Celebrity Endorser and Online Customer Reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Viral Marketing, Celebrity Endorser, Online Customer Review, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Avoskin Pada Mahasiswa di Surabaya” merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Pada penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini berkat bantuan, dorongan, bimbingan, serta dukungan doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kelancaran serta kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Kedua Orang Tua Bapak Nurohim dan Ibu Ratna, yang telah memberikan dukungan, dorongan motivasi dan telah mengorbankan segalanya agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
3. Almarhum Sulinah Nenek kandung penulis, yang telah membesarkan penulis dengan baik dan penuh kasih sayang.
4. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta pembimbing pertama yang selama ini mendampingi penulis, memberikan banyak nasihat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi, serta selalu meluangkan waktu, tenaga juga pikiran untuk memberikan bimbingan kepada penulis.
5. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S selaku dosen pembimbing kedua yang selama ini mendampingi penulis, memberikan banyak nasihat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
6. Kakak tersayang Evy Nur Afidah, terima kasih selalu menjadi support system dan memberikan kasih sayang, dukungan, doa dan motivasi yang menjadi penyemangat dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Untuk Andy Kris Perdawan orang yang berjasa bagi penulis, terima kasih selalu ada dalam segala hal, selalu memberi perhatian, dukungan, dan nasihat seerta motivasi dalam proses pembuatan skripsi.
8. Kepada Septarina Hildani Rohmah seperti kakak kedua penulis, terima kasih selalu baik kepada penulis, selalu memberi dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi.

9. Untuk Elfathan Valendra Adianto dan Bianca Afsheen Adianto keponakan penulis, terima kasih telah menghibur penulis dan selalu ada selama proses penulisan skripsi.
10. Untuk Aida Nur Fitriana adik kandung Penulis terima kasih atas segala dukungan yang diberikan kepada penulis.
11. Pemilik nama Bagas Berlianto, terima kasih telah membersamai penulis dalam segala hal, selalu menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah.
12. Teman-temanku tersayang dan seperjuangan Galuh, Nanda, Devina, Diva, Irma, Dian, Tika, dan Nina. Terima kasih telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi, telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi serta hiburan dikala penulis sedang jenuh sampai terselesaikan skripsi ini
13. Terakhir untuk diri saya sendiri, Elyana Nur Faiza terima kasih telah bertahan dan berjuang sejauh ini serta bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena telah berusaha sabar dan tidak putus asa atas pencapaian dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi. Oleh karenanya besar harapan penulis untuk mendapat saran dan kritik dari pembaca. Demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita semua.

Surabaya, 26 Juni 2024
Penulis,

(Elyana Nur Faiza)

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran	16
2.2.2 <i>Viral Marketing</i> (Pemasaran Viral)	19
2.2.3 <i>Celebrity Endorser</i> (Pendukung selebriti).....	21
2.2.4 <i>Online Customer Review</i> (Ulasan Pelanggan Online).....	23

2.2.5 Perilaku Konsumen	26
2.2.6 Keputusan Pembelian	27
2.3 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	30
2.3.1 Definisi Konsep	30
2.3.2 Definisi Operasional	30
2.4 Pola Hubungan Antar Variabel.....	31
2.4.1 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian ..	31
2.4.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4.4 Pengaruh <i>Viral Marketing, Celebrity Endorser dan Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	33
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran	33
2.6 Hipotesis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Rancangan Penelitian.....	35
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel	35
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	36
3.3.1 Skala Pengukuran	36
3.3.2 Instrumen Penelitian	37
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	38
3.4.1 Jenis Data.....	38
3.4.2 Sumber Data	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39

3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	39
3.6.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	40
3.6.3 Uji Hipotesis	41
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Penyajian Data	43
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	43
4.1.2 Karakteristik Responden.....	44
4.1.3 Uji Instrumen.....	46
4.1.4 Tabulasi data.....	48
4.1.5 Analisis Rata-Rata Tabulasi	61
4.2 Analisis Data	69
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	69
4.2.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	75
4.2.3 Uji Hipotesis	76
4.3 Pembahasan.....	80
4.3.1 Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	80
4.3.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan pembelian.....	81
4.3.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.3.4 Pengaruh <i>Viral Marketing, Celebrity Endorser dan Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	82
BAB V PENUTUP	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Rekomendasi.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2. 2 Definisi Konsep & Definisi Operasional.....	30
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran	37
Tabel 3. 2 Skala Interval.....	37
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Perguruan tinggi.....	44
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Semester	45
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 5 Uji Validitas	47
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4. 7 Hasil Tabulasi Data Viral Marketing (X1).....	48
Tabel 4. 8 Hasil Tabulasi Data Celebrity Endorser (X2)	52
Tabel 4. 9 Hasil Tabulasi Data Online Customer Review (X3)	55
Tabel 4. 10 Hasil Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Data Variabel Viral Marketing	62
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Data Variabel Celebrity Endorser.....	63
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Data Variabel Online Customer Review	65
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4. 15 Hasil Tabulasi Masing-Masing Variabel.....	68
Tabel 4. 16 Uji Linieritas Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	69
Tabel 4. 17 Uji Linieritas Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian	70
Tabel 4. 18 Uji Linieritas Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian	70
Tabel 4. 19 Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov	71
Tabel 4. 20 Uji Multikolinieritas	73
Tabel 4. 21 Uji Geljser	74
Tabel 4. 22 Uji regresi Linier Berganda	75
Tabel 4. 23 Uji t.....	77

Tabel 4. 24 Uji F.....	79
Tabel 4. 25 Uji R^2	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 3 Kategori Barang Paling Laku di Marketplace	1
Gambar 1. 2 Proyeksi Keuntungan Skincare di Indonesia	2
Gambar 1. 3 Varian Produk Avoskin	3
Gambar 1. 4 Top Brand Toner Terbaik	4
Gambar 1. 5 Viral Marketing Avoskin.....	5
Gambar 1. 6 Foto Celebrity Endorser Produk Avoskin	6
Gambar 1. 7 Review Customer Avoskin.....	7
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pikir.....	33
Gambar 4. 1 Logo Avoskin	43
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Data dengan Model Histogram	72
Gambar 4. 3 Uji Normlitas Data dengan Model P-Plot.....	72
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	91
Lampiran 2 Uji Validitas	95
Lampiran 3 Uji Reliabilitas	99
Lampiran 4 Kartu Bimbingan.....	100
Lampiran 5 SK Turnitin	102
Lampiran 6 Acc Revisi Dosen Penguji.....	103