

**PENGARUH RAGAM PRODUK, HARGA, DAN VIRAL
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
DELIWAGA SURABAYA**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

WULAN APRISYAH

NIM. 1122000114

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

2024

PENGARUH RAGAM PRODUK, HARGA, DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DELIWAGA SURABAYA

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

WULAN APRISYAH

1122000114

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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Wulan Aprisyah

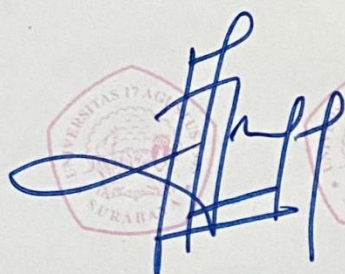
NBI : 1122000114

Judul Skripsi : **PENGARUH RAGAM PRODUK, HARGA, DAN VIRAL
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI DELIWABA SURABAYA**

Surabaya, 2 Juli 2024

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

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing 1


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103


Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M
NPP. 20120930305

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

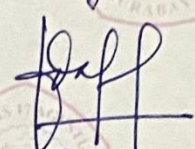
Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 27 Juni 2024.

Dewan Penguji :

1. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M
Ketua

2. Drs. Agung Pujiyanto, M.M
Anggota

3. Dra. Sri Andayani, M.M
Anggota

()
()
()

Mengesahkan

Dekan Fakultas Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Wulan Aprisyah

NBI : 1122000114

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Ragam Produk, Harga, dan *Viral Marketing*
Terhadap Keputusan Pembelian di Deliwafa Surabaya

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 dipublikasikan 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 sumber dan mencantumkan 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, 2 Juli 2024

Yang membuat Pernyataan



Wulan Aprisyah



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 : Wulan Aprisyah

NBI : 1122000114

Fakultas : 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 Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh Ragam Produk, Harga, dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian di DeliWafa Surabaya”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*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 : 2 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Wulan Aprisyah

MOTTO

“Perasaan bahagia adalah ketika melihat orang lain merasa terbantu akan peran kita di hidupnya, maka berbuat baiklah sebisa mungkin karena hidup akan lebih bermakna dan lebih berwarna”

(Wulan)

“Berdamailah dengan segala hal yang gabisa kita ubah, karena ikhlas akan selalu menjadi ending terbaik dari semuanya”

(unknow)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang saya cintai, khususnya orang tua saya terimakasih atas segala doa, dukungan, dan materi yang telah diberikan sehingga saya dapat melanjutkan pendidikan hingga tingkat perguruan tinggi. Serta terimakasih kepada almamater tersayang, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu dan juga pengetahuan yang selama ini belum pernah saya dapatkan.

Pengaruh Ragam Produk, Harga, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Deliwaifa Surabaya

Oleh :

Wulan Aprisyah

1122000114

ABSTRAK

Perkembangan industri di Indonesia saat ini semakin maju dan berjalan dengan pesat. Perkembangan yang pesat tersebut membuat para pengusaha dituntut untuk lebih berinovasi dan semakin kreatif agar dapat bersaing dengan kompetitor. Salah satu industri yang mengalami kemajuan yaitu industri *fashion* yang banyak mengalami peningkatan yang pesat. Usaha *fashion* atau pakaian yang berkembang pesat ini menyebabkan persaingan semakin sulit. Penguasaha harus memikirkan bagaimana konsumen bisa lebih memilih produknya daripada produk yang lainnya. Usaha *fashion* atau pakaian dapat lebih menarik perhatian konsumen dengan melengkapi produk yang dimiliki, menentukan harga yang sesuai, dan menggunakan teknik pemasaran yang tepat seperti *viral marketing* yang membuat konsumen ingin melakukan pembelian. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat adanya pengaruh Ragam Produk, Harga, dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Deliwaifa Surabaya agar usaha *fashion* yang ada dapat berjalan dengan baik dan bisa bersaing dengan para kompetitor. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 orang responden dengan teknik *Purposive Sampling*. Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas. Analisis dalam penelitian ini menggunakan uji t, serta uji koefisien determinasi (R^2) dengan teknik analisis data yaitu regresi linier berganda. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu Ragam Produk, Harga, dan Viral Marketing secara sendiri – sendiri (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependennya yaitu Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Ragam Produk, Harga, Viral Marketing, dan Keputusan Pembelian.

***The Influence of Product Variety, Price, and Viral
Marketing on Purchasing Decisions at Deliwafa
Surabaya***

By :

Wulan Aprisyah

1122000114

ABSTRAC

Industrial development in Indonesia is currently progressing and running rapidly. This rapid development makes entrepreneurs required to be more innovative and more creative in order to compete with competitors. One of the industries that has experienced progress is the fashion industry which has experienced a rapid increase. This rapidly growing fashion or clothing business causes competition to be more difficult. Rulers must think about how consumers can prefer their products over other products. Fashion or clothing businesses can better attract the attention of consumers by complementing the products they have, determining the appropriate price, and using the right marketing techniques such as viral marketing that makes consumers want to make purchases. The purpose of this study is to see the influence of Product Variety, Price, and Viral Marketing on Purchasing Decisions in Deliwafa Surabaya so that the existing fashion business can run well and can compete with competitors. This research is a quantitative research with data collected through questionnaires distributed to 100 respondents using Purposive Sampling techniques. The testing of the instrument in this study uses a validity test and a reliability test. This study uses classical assumption tests, namely normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The analysis in this study uses a t-test, as well as a determination coefficient (R^2) test with a data analysis technique, namely multiple linear regression. The results of this study show that the three independent variables, namely Product Variety, Price, and Viral Marketing individually (partially) affect the dependent variable, namely Purchase Decisions.

Keywords: *Product Variety, Price, Viral Marketing, and Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Ragam Produk, Harga, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Deliwafa Surabaya”**.

Skripsi ini diajukan sebagai syarat wajib untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, kemudahan, dan kesehatan.
2. Kedua orang tua saya Sundoyo dan Jumaiyah yang tiada henti mendoakan, memberikan dukungan, dan materi kepada saya.
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M selaku Dosen Pembimbing pertama dan Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S. selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah memberikan pengarahan, ilmu, waktu, dan tenaga selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama proses pembelajaran.
7. Muhammad Firman Choiruddin yang telah menjadi teman perjalanan saya, memberikan dukungan penuh serta menemani selama proses perkuliahan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Sahabat terbaik saya Ari Arumningtias dan Agnes Alma Krisita yang selalu ada untuk saya.

9. Teman – teman saya dari Sansgood.co, Ghibah Vibes, Tengger Pride, Ukhti Akhi, Soliddd, dan Gasss yang telah menemani saya dan memberikan pengalaman terbaik selama perkuliahan.
10. Begitu juga kepada HIMANITA, IMABI, dan KKN-R22 yang telah memberikan saya banyak pengalaman untuk menjadi pribadi yang lebih baik.
11. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner dan seluruh pihak yang terlibat dalam proses skripsi saya.

Surabaya, 27 Juni 2024

Wulan Aprisyah

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	viii
ABSTRAC.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II Tinjauan Pustaka.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	24
2.2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	24
2.2.2 Bauran Pemasaran atau <i>Marketing Mix</i>	25
2.2.3 Ragam Produk.....	28
2.2.4 Harga.....	31
2.2.5 Komunikasi Pemasaran.....	35
2.2.6 Viral Marketing.....	38
2.2.7 Perilaku Konsumen.....	38

2.2.8 Keputusan Pembelian.....	41
2.3 Definisi Konsep	47
2.4 Definisi Operasional	48
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel.....	49
2.6 Kerangka Berpikir	51
2.7 Hipotesis	52
BAB III Metodologi Penelitian	53
3.1 Rancangan Penelitian	53
3.2 Populasi dan Sampel.....	53
3.2.1 Populasi.....	53
3.2.2 Sampel.....	54
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	55
3.3.1 Skala Pengukuran.....	55
3.3.2 Instrumen Penelitian	57
3.4 Jenis dan Sumber Data	58
3.4.1 Jenis Data	58
3.4.2 Sumber Data.....	59
3.5 Teknik Pengumpulan Data	59
3.6 Analisis Data.....	59
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.2 Regresi Linier Berganda	61
3.6.3 Uji t (t-test).....	62
3.6.4 Koefisiensi Determinasi (R^2)	62
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Penyajian Data.....	63
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian	63
4.1.2 Karakteristik Responden.....	64
4.1.3 Uji Instrumen	67

4.1.3.1 Uji Validitas	67
4.1.3.2 Uji Reabilitas	68
4.1.4 Tabulasi Data	69
4.2 Analisis Data.....	89
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	89
4.2.2 Regresi Linier Berganda	94
4.2.3 Uji t (t-test).....	96
4.2.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	98
4.3 Pembahasan	99
4.3.1 Pengaruh Ragam Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	99
4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	99
4.3.3 Pengaruh Viral <i>Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	100
BAB V Penutup	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Rekomendasi	102
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Skala Likert	56
Tabel 3.2 Kelas Interval.....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	66
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas	68
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Ragam Produk	69
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Harga	72
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Viral <i>Marketing</i>	75
Tabel 4.10 Hasil Tabulasi Keputusan Pembelian	79
Tabel 4.11 Hasil Nilai Mean Variabel Ragam Produk	82
Tabel 4.12 Hasil Nilai Mean Variabel Harga	84
Tabel 4.13 Hasil Nilai Mean Variabel Viral Marketing	85
Tabel 4.14 Hasil Nilai Mean Variabel Keputusan Pembelian	87
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	89
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas.....	91
Tabel 4.17 Hasil Uji Linearitas Ragam Produk.....	93
Tabel 4.18 Hasil Uji Linearitas Harga	93
Tabel 4.19 Hasil Uji Linearitas Viral Marketing.....	94
Tabel 4.20 Hasil Regresi Linier Berganda	95
Tabel 4.21 Hasil Uji t	96
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PDB EKRAF Indonesia	1
Gambar 1.2 Penyebab PDB EKRAF Menurun	1
Gambar 1.3 PDB EKRAF Menurut Sektor	2
Gambar 1.4 Grafik PDB Tekstil dan Pakaian (Fashion)	2
Gambar 1.5 Barang Yang Paling Sering Dibeli	3
Gambar 1.6 Keramaian Deliwafa	6
Gambar 1.7 Produk Tas dan Dompet	7
Gambar 1.8 Produk Alas Kaki.....	7
Gambar 1.9 Produk Pakaian	7
Gambar 1.10 Produk Aksesoris	7
Gambar 1.11 Informasi Tagline.....	8
Gambar 1.12 Konten Deliwafa	8
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	51
Gambar 4. 1 Foto Deliwafa	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Grafiknormal P-Plot	90
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Histogram	90
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	107
Lampiran 2 Uji Instrumen Data	111
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik	112
Lampiran 4 Regresi Linier Berganda	115
Lampiran 5 Uji Hipotesis.....	115
Lampiran 6 Foto Bukti Penelitian.....	116
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi.....	117
Lampiran 8 Lembar Revisi	119
Lampiran 9 Hasil Turnitin	112