

**PENGARUH VIRAL MARKETING, LIVE STREAMING DAN
PROMOSI GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI SHOPEE**

SKRIPSI

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



DISUSUN OLEH :

SUPRIHATI 1122000165

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

2024

**PENGARUH VIRAL MARKETING, LIVE STREAMING DAN
PROMOSI GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI SHOPEE**

SKRIPSI

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



DISUSUN OLEH :

SUPRIHATI 1122000165

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

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Suprihati

NBI : 1122000165

**Judul : Pengaruh *Viral Marketing, Live Streaming* Dan Promosi
Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee**

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

**Surabaya, 24 Juni 2024
Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing 1**



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 2012.87.0103**

**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 2012.87.0103**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di Depan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan Dinyatakan Diterima Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Tanggal 27 Juni 2024.

Dewan penguji

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

Ketua

2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M

Anggota

3. Dr. Diana Juni Mulyati, M.M

Anggota

Mengesahkan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP 2012.87.0103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suprihati
NBI : 1122000165
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing, Live Streaming* dan Promosi Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee

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.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesada-sadanya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang- undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 26 juni 2023

Yang membuat
Pernyataan



(Suprihati)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TEL.P. 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 : Suprihati
NBI : 1122000165
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Sosial
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-FreeRight)*, atas
karya saya yang berjudul :

**Pengaruh *Viral Marketing*, *Live Streaming* dan Promosi Gratis Ongkir
Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee**

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 : 04 Juli 2024

Yang Menyatakan



(... SUPRIHATI ...)

HALAMAN MOTTO

Tidak ada hal berharga yang datang dengan mudah. Kerja, kerja terus-menerus dan kerja keras, adalah satu-satunya cara untuk mencapai hasil yang bertahan lama." - Hamilton Holt

"Ketekunan adalah kerja keras yang kamu lakukan setelah kamu lelah melakukan kerja keras yang sudah kamu lakukan." - Newt Gingrich

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala perjuangan saya hingga berada pada tahap ini saya persembahkan kepada kedua orangtua yang paling berharga dalam hidup saya yaitu bapak saya yang berjasa dalam mendidik saya menjadi seorang perempuan yang pantang dan terus mau berusaha dalam kesulitan dan mama saya yang telah memberikan perhatian dan mendidik saya menjadi mandiri. Serta terus mendoakan saya sehingga diberikan dalam pengerjaan skripsi.

Kepada seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Terima kasih atas segala ilmu yang telah di berikan selama penulis menempuh kuliah, khususnya kepada Ibu Dr. Dra Ayun Maduwinarti, M.P. dan Ibu Dra. Awin Mulyati, M.M yang telah menjadi pembimbing peneliti dengan baik dan sabar dalam membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada diri saya sendiri yang terkadang masih sering mengeluh tentang rasa capek dan juga belum merasa rasa malas tetapi karena saya ingat mama saya yang seorang orang tua tunggal memberikan motivasi kepada diri saya untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta teman-teman yang selalu memberikan inspirasi, dorongan dan motivasi kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini dan dukungan yang telah kalian berikan tidak akan saya lupakan sampai kapanpun.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpah Rahmat dan nikmatnya. Tidak lupa sholawat serta salam senantiasa saya panjatkan puji dan syukur bagi Nabi Muhammad SAW. Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul " Pengaruh *Viral Marketing*, *Live Streaming* dan Promosi Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian di Shopee". Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis Skripsi menyadari kelancaran dalam proses pembuatan skripsi ini tidak lepas dari dukungan secara langsung, bimbingan, saran, serta doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis banyak berterima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberi jalan, kelancaran, kesehatan, kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Terima kasih kepada orang tua dan keluarga saya khususnya ayah dan ibu yang sudah memberikan dukungan dan memberi doa disetiap langkah saya.
3. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. Selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Drs. Agung Pudjianto, M.M. Selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan, masukan selama perkuliahan.
6. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan dalam penulisan Skripsi ini sampai selesai.
7. Dra. Awin Mulyati, M.M. Selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan dalam penulisan Skripsi ini sampai selesai.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
9. Para Staff dan tata usaha yang telah memberikan bantuan dalam proses

administrasi dan juga memberikan informasi kepada peneliti selama ini.

10. Untuk teman-teman seangkatan khususnya Adbis Reguler 2020 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya selama proses penyusunan skripsi.

ABSTRAK

Pada fenomena saat ini terjadinya jual beli secara *online* yang awal mulanya dengan jual beli secara *offline* maka saat ini beralih ke online terutama pada Shopee merupakan tempat jualan online dengan menggunakan strategi *Viral Marketing*, *Live Streaming* dan promosi gratis ongkir untuk pendorong peningkatan keputusan pembelian dalam keputusan pembelian Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Viral Marketing*, *Live Streaming*, dan Promosi Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. Metode penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas data, Uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, regresi linier sederhana, berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t dan uji f. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan maret sampai dengan juli 2024 Jumlah sampel sebanyak 96 reponden terdiri dari konsumen yang pernah melakukan pembelian di Shopee dengan menyebarkan kuisioner google form . Dengan menggunakan skala Likert sebagai alat ukur. Hasil penelitian ini bahwa menyatakan berdasarkan Uji T *Viral Marketing* dan *Live Streaming* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee konsumen yang terpapar melalui live streaming lebih cenderung membuat keputusan untuk melakukan pembelian produk di shopee.. Sementara untuk promosi Grati ongkir memiliki pengaruh namun tidak signifikan , jika gratis ongkir tidak ditawarkan maka akan mempengaruhi penurunan keputusan pembelian jika sebaliknya jika promosi gratis ongkir ditawarkan maka akan meningkatkan kenaikan keputusan pembelian .

Kata Kunci : Pemgetahuan *Viral Marketing*, *Live Streaming*, Dan Promosi gratis Ongkir, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In the current phenomenon of online buying and selling, which initially started with offline buying and selling, now it has shifted to online, especially on Shopee, which is an online selling place using Viral Marketing strategies, Live Streaming and free shipping promotions to encourage increased purchasing decisions in purchasing decisions. The purpose of this research is to determine and analyze the influence of Viral Marketing, Live Streaming, and Free Shipping Promotions on Purchasing Decisions. This research method uses quantitative methods consisting of validity tests, reliability tests, data normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, simple linear regression, multiple, correlation coefficients, coefficients of determination, t tests and f tests. This research was carried out from March to July 2024. The total sample was 96 respondents consisting of consumers who had made purchases on Shopee by distributing the Google form questionnaire. By using a Likert scale as a measuring tool. The results of this research state that based on the T Test, Viral Marketing and Live Streaming have a significant influence on purchasing decisions at Shopee. Consumers who are exposed to live streaming are more likely to make a decision to purchase products at Shopee. Meanwhile, the free postage promotion has an influence, but it is not significant, If free shipping is not offered, it will influence a decrease in purchasing decisions. Conversely, if a free shipping promotion is offered, it will increase the increase in purchasing decisions.

Keywords: Viral Marketing Knowledge, Live Streaming, Free Shipping Promotion, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	8
1.4.2. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penelitian	8
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Sistematika Penelitian	11
2.2. Landasan Teori.....	17
2.2.1. Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.1.1. Konsep Pemasaran	17
2.2.1.2. Macam-Macam Konsep Pemasaran	18
2.2.1.3. Strategi Pemasaran	18
2.2.2. <i>Digital Marketing</i>	18
2.2.2.1. Bauran Marketing Mix	19
2.2.2.2. Jenis <i>Digital Marketing</i>	20
2.2.3. <i>Viral Marketing</i>	21
2.2.3.1. Pengertian <i>Viral Marketing</i>	21
2.2.3.2. Jenis-Jenis <i>Viral Marketing</i>	23

2.2.4.	<i>Live Streaming</i>	24
2.2.4.1.	Pengertian <i>Live Streaming</i>	24
2.2.4.2.	Jenis <i>Live Streaming</i>	24
2.2.4.3.	Manfaat <i>Live Streaming</i>	25
2.2.5.	Promosi Gratis Ongkir	26
2.2.5.1.	Manfaat Promosi Gratis Ongkir	26
2.2.5.2.	Fungsi Promosi Gratis Ongkir.....	27
2.2.5.3.	Jenis Promosi Gratis Ongkir	28
2.2.1.	Perilaku Konsumen	29
2.2.1.1.	Pengertian Perilaku Konsumen	29
2.2.1.2.	Faktor-Faktor Perilaku Konsumen	29
2.2.1.3.	Jenis-Jenis Perilaku Konsumen	30
2.2.2.	Keputusan Konsumen	30
2.2.2.1.	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	30
2.2.2.2.	Faktor Keputusan Pembelian.....	31
2.3.	Definsi Konsep.....	32
2.3.1.	<i>Viral Marketing</i> (Pemasaran Penyebaran Informasi dari Mulut ke Mulut Melalui Internet).....	32
2.3.2.	<i>Live Streaming</i> (Penawaran Secara Virtual).....	32
2.3.3.	Promosi Gratis Ongkir	33
2.3.4.	Keputusan Pembelian.....	33
2.4.	Definsi Operasional.....	33
2.4.1.	<i>Viral Marketing</i>	33
2.4.2.	<i>Live Streaming</i>	33
2.4.3.	Promosi Gratis ongkir	34
2.4.4.	Keputusan Pembelian.....	34
2.5.	Pola Hubungan.	36
4.6	Kerangka Berpikir	37
2.5.1.	Hipotesis.....	38
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....		39
3.1.	Rancangan Peneliti	39
3.2.	Populasi dan Sampel	39

3.2.1.	Populasi	39
3.2.2.	Sampel	39
3.3.	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	40
3.3.1.	Instrumen Penelitian	40
3.3.2.	Uji Instrumen	40
3.3.2.1.	Uji Validitas	40
3.3.2.2.	Uji Reabilitas	41
3.3.2.3.	Skala Pengukuran	41
3.4.	Jenis Data dan Sumber Data	43
3.4.1.	Jenis Data	43
3.4.2.	Jenis Data	43
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	44
3.6.	Teknik Analisis Data	44
3.6.1.	Uji Asumsi Klasik	44
3.6.1.1.	Uji Normalitas	44
3.6.1.2.	Uji Heteroskedastisitas	44
3.6.2.	Regresi Linier	45
3.6.2.1.	Regresi Linier	45
3.6.2.2.	Uji F	46
3.6.3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
BAB 4 PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN		47
4.1.	Penyajian Data	47
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.2.	Karakteristik Responden	49
4.2.	Uji Instrumen	50
4.2.1.	Uji Validitas	50
4.2.2.	Uji Realibilitas	51
4.3.	Deskripsi Data	52
4.3.1.	Tabulasi Data	53
4.4.	Analisis Data	68
4.4.1.	Uji Asumsi Klasik	68

4.4.2.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	73
4.4.3.	Hasil Uji Hipotesis	74
4.4.3.1.	Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap keputusan pembelian di Shopee 75	
4.4.3.2.	Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap keputusan pembelian di Shopee	75
4.4.3.3.	Pengaruh Promosi Gratis Ongkir terhadap keputusan pembelian Shopee	75
4.5.	Pembahasan.....	77
BAB 5 KESIMPULAN.....		81
5.1.	Pembahasan.....	81
5.2.	Rekomendasi	82
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pengunjung Shopee pada tahun 2022.....	2
Gambar 1.2. Data E-Commerce	3
Gambar 1.3. Data kunjungan Shopee.....	4
Gambar 1.0.4. peningkatan setelah adanya Live Streaming	5
Gambar 1.5. Live Streaming pada Shopee	6
Gambar 2.1 Model Kerangka Berpikir.....	37
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	48
Gambar 4.2 uji Normalitas P-Plot	69
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.0.1 Skala Likert	42
Tabel 3.0.2 Interval rata-rata Skor	43
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	49
Tabel 4.2 Responden berdasarkan jenis usia.....	49
Tabel 4.3 Responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	50
Tabel 4.4 Responden berdasarkan jenis Sosmed.....	50
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas.....	51
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas	52
Tabel 4.7 Interval rata-rata Skor	52
Tabel 4.8 Tabulasi <i>Viral Marketing</i>	53
Tabel 4.9 Tabulasi <i>Live Streaming</i>	56
Tabel 4.10 Tabulasi Promosi Gratis Ongkir.....	59
Tabel 4.11 Tabulasi Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.12 Tabel Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.13 Uji Multikolinearita.....	70
Tabel 4. 14 Tabel Uji Lineritas <i>Viral Marketing</i> Terhadap Keputusan	71
Tabel 4. 15 Tabel Uji Lineritas Variabel <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan	72
Tabel 4.16 Tabel Uji Lineritas Variabel Promosi Gratis Ongkir Terhadap Keputusan	72
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4. 18 Uji t	74
Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (F).....	76
Tabel 4.20 Uji korelasi(r).....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	89
Lampiran 2 Revisi Dosen Penguji 1.....	95
Lampiran 3 Revisi Dosen Penguji 2.....	96
Lampiran 4 Revisi Dosen Penguji 3.....	97
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi	98
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	100
Lampiran 7 Surat Keterangan Bebas Lab.....	101
Lampiran 8 Hasil Cek Turnitin	103
Lampiran 9 Bukti Submit Jurnal	107