

**PENGARUH KONTEN MARKETING, VIRAL MARKETING
DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA PENGGUNA
TIKTOK DI KABUPATEN PONOROGO**



SKRIPSI

Nama : Alpin Maulana Ramadhani

Nim : 20415309

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

**PENGARUH KONTEN MARKETING, VIRAL MARKETING
DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA PENGGUNA
TIKTOK DI KABUPATEN PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Alpin Maulana Ramadhani

Nim : 20415309

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Konten Marketing, Viral Marketing
dan Intensitas Penggunaan Media Sosial
Terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada
Pengguna Tiktok di Kabupaten Ponorogo

Nama : Alpin Maulana Ramadhani

NIM : 20415309

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 23 November 2001

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

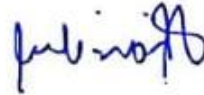
Ponorogo, 30 Juli 2024

Pembimbing I

Pembimbing II



Titis Purwaningrum, SE., M.MA
NIDN. 0704047001



Siti Chamidah, SE, M.Si.
NIDN. 0019057101



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji :

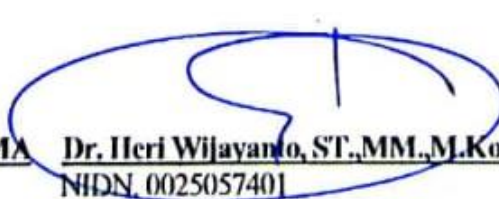
Penguji I

Penguji II

Penguji III



Titis Purwaningrum, SE., M.MA
NIDN. 0704047001



Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401



Dwi Warni Wahyuningsih, SE.MM
NIDN. 0710048902

RINGKASAN

Alpin Maulana Ramadhani, NIM 20415309 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Skripsi : “Pengaruh Konten Marketing, Viral Marketing dan Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Online pada Pengguna Tiktok di Kabupaten Ponorogo”.

Pekembangan teknologi digital saat ini yang semakin pesat memicu perubahan pada berbagai aspek kehidupan, salah satunya pada keputusan pembelian *online*, yang dipengaruhi oleh konten marketing, viral marketing dan intensitas penggunaan media sosial. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh konten marketing, viral marketing dan intensitas penggunaan media sosial terhadap keputusan pembelian *online* pada pengguna tiktok di kabupaten ponorogo. Populasi penelitian ini tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Jumlah sampel dalam penelitian ini 102 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengambilan data menggunakan angket. Pengukuran data menggunakan skala likert. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS versi 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa konten marketing, viral marketing dan intensitas penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online pada pengguna tiktok di kabupaten ponorogo.

Kata Kunci: Konten Marketing, Viral Marketing, Intensitas Penggunaan Media Sosial, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Konten Marketing, Viral Marketing dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada Pengguna Tiktok di Kabupaten Ponorogo”**. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah seperti saat ini. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan yang dihadapi, tetapi berkat bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih tulus dan hormat kepada :

1. Allah SWT dengan segala Rahmat serta karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, SE.,M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Titis Purwaningrum, SE., M.MA selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Siti Chamidah, SE, M.SI. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staf atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Ponorogo, 30 Juli 2024

Penulis



Alpin Maulana Ramadhani
NIM. 20415309

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi in pada dasarnya karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi in tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah in dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 30 Juli 2024

Penulis



Alpin Maulana Ramadhani
NIM. 20415309

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, taburan cinta dan kasih sayangmu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memeperkenalkanku dengan cinta, atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Boimin dan Ibu Nasukah yang selalu memberikan support system dan doa setiap penyusunan dan pengerjaan skripsi. Beruntung sekali saya memiliki kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan support terbaik bagi anak-anaknya. Serta seluruh keluarga yang telah memberikan semangat.
3. Titis Purwaningrum, SE., M.MA selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan dukungan dan arahan penuh sehingga penulis bisa terus termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Siti Chamidah, SE, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan dan arahan penuh sehingga penulis bisa terus termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Teman seperjuangan, Manajemen 7F, terimakasih sudah kebersamai saya berproses dalam meghadapi dunia perkuliahan. Terimakasih untuk energi positif yang telah diberikan, Sukses untuk kalian.
6. Semua pihak yang terlibat, terimakasih telah membantu penulis selama penelitian ini yang mungkin tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
7. Jodoh penulis kelak kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini, meskipun saat ini penulis tidak mengetahui keberadaanmu. Karena penulis yakin bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya.
8. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

MOTTO

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(Q.S Al-Baqarah : 286)

“Ketika Kamu merasa lelah, dan seakan ingin menyerah ketahuilah, bahwa sesungguhnya pertolongan Allah SWT hanya berjarak antara kening dan sajadah”

(Pegi Setiawan)

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(Q.S. Asy-Syarh, 6-8)

“god have perfect timing, never early, never late, it takes a little patience and it takes a lot of faith, but it's a worth the wait”

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9

1. Manajemen.....	9
2. Manajemen Pemasaran.....	11
3. Konten Marketing	14
4. Viral Marketing.....	16
5. Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	18
6. Perilaku Konsumen	21
7. Keputusan Pembelian.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Peneliti.....	32
2.4 Pengembangan Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	36
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	36
1. Populasi Penelitian.....	36
2. Sampel Penelitian.....	36
3.3 Metode Pengambilan Data	37
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5 Metode Analisis Data	39
1. Uji Instrumen	39
2. Teknik Analisis Data.....	42

3. Uji Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian	47
1. Gambaran Objek Penelitian	47
2. Gambaran Umum Responden	48
3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
4. Analisis Data	54
5. Uji Hipotesis.....	58
4.2 Pembahasan.....	62
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
4.3 Kesimpulan	65
4.4 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Skala Likert	38
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Keamin	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 4 Konten Marketing	50
Tabel 4. 5 Viral Marketing.....	51
Tabel 4. 6 Intensitas Penggunaan Medi Sosial.....	52
Tabel 4. 7 Variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Determinasi.....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji T.....	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji F	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	22
Gambar 2. 2 Tahap Proses Keputusan Pembelian	25
Gambar 2. 3 Skema Kerangka Penelitian	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	78
Lampiran 3 Uji intrumen.....	83
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	87
Lampiran 5 Uji Regresi.....	89
Lampiran 6 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	91
Lampiran 7 Hasil Plagiasi.....	93

