

**ANALISIS PENGARUH *VIRAL MARKETING, SOCIAL MEDIA*
MARKETING, DAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SATE KAMBING
BINOWO MADIUN**



SKRIPSI

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

Nama : Erina May Krisanti

NIM : 21415452

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

**ANALISIS PENGARUH *VIRAL MARKETING, SOCIAL MEDIA*
MARKETING, DAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SATE KAMBING
BINOWO MADIUN**



SKRIPSI

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

Nama : Erina May Krisanti

NIM : 21415452

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh *Viral Marketing*, *Social Media Marketing*, dan *Fear Of Missing Out (FOMO)* Terhadap Keputusan Pembelian Sate Kambing Binowo Madiun
Nama : Erina May Krisanti
N I M : 21415452
Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 14 Mei 2002
Program Studi : Manajemen

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

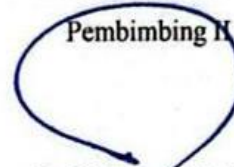
Ponorogo, 04 Februari 2025

Pembimbing I



Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M. Kom.
NUPTK. 0857752653130142

Pembimbing II



Dr. Wijianto, SE., MM
NUPTK. 2758763664130222

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hardy Sumarsono, M. Si
NUPTK. 197605082005011002

Dosen Penguji :

Ketua



Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M. Kom
NUPTK. 0857752653130142

Sekretaris



Fery Setiawan SE., MM
NUPTK. 1552767668131043

Anggota



Nanning Kristiyana SE., MM
NUPTK. 2253753654230083

ABSTRAK

Sripsi : “Analisis Pengaruh *Viral Marketing*, *Social Media Marketing*, dan *Fear Of Missing Out (FOMO)* Terhadap Keputusan Pembelian Sate Kambing Binowo Madiun”; Erina May Krisanti, NIM 21415452, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo,

Media sosial telah menjadi salah satu alat yang paling berpengaruh dalam membentuk pola konsumsi dan keputusan pembelian konsumen. Perkembangan teknologi informasi memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, sehingga strategi pemasaran seperti *viral marketing* dan *social media marketing* semakin dinikmati oleh pelaku usaha. Fenomena FOMO juga menjadi salah satu faktor psikologis yang mendorong konsumen untuk mengikuti tren yang sedang populer. Sate Kambing Binowo Madiun dipilih karena sebagai bisnis kuliner UMKM yang dapat memanfaatkan tren media sosial dan fenomena FOMO untuk meningkatkan visibilitas dan mempengaruhi keputusan pembelian di kalangan konsumen masa kini. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *Viral Marketing*, *Social Media Marketing* dan FOMO Terhadap Keputusan Pembelian Sate Kambing Binowo Madiun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Data yang digunakan adalah data primer serta pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar terhadap subjek penelitian sebanyak 70 responden konsumen Sate Kambing Binowo Madiun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *Viral Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : ***Viral Marketing*, *Social*, FOMO, Pembelian**

**PERNYATAAN
TIDAK MELANGGAR KODE ETIK**

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

Ponorogo, 04 Februari 2025



Erina May Krisanti

MOTTO

"Dengan keikhlasan hati, doa orang tua, dan pertolongan Allah, semua mimpi dapat tercapai."



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dengan segala kemampuan dan kesungguhan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis pengaruh *Viral Marketing*, *Social Media Marketing*, dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian Sate Kambing Binowo Madiun Sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) Pada program Sarjana Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penyelesaian Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orangtuaku tercinta, Bapak Sugiono dan Ibu Enik Ernawati yang tak pernah lelah memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang tak terhingga. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai ditempat ini, saya persembahkan karya tulis ini dan gelar untuk bapak dan ibu.
2. Adik-adikku tersayang Kinara Yuniana Salsabila dan Nayyara Adifa Febriana yang selalu memberikan keceriaan dalam setiap langkahku menuntut ilmu.
3. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya Bagas Candra Pratama terima kasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, terima kasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal dan terus memberi semangat untuk meraih apa yang menjadi saya impikan.
4. Bapak Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesikannya skripsi ini.

5. Bapak Dr. Wijianto, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesikannya skripsi ini.
6. Untuk sahabat terbaikku, Lutfia Ikfawanti yang telah menemani perjalananku sejak bangku SMP hingga saat ini masih satu jurusan dan satu kelas. Terima kasih atas kebersamaan yang tak terlupakan, mulai dari berangkat bersama setiap pagi hingga berbagi cerita di setiap kesempatan. Kehadiranmu membuat setiap langkah dalam perjalanan pendidikan ini terasa lebih ringan dan bermakna. Semoga persahabatan kita terus terjalin dan menjadi kisah indah yang tak lekang oleh waktu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga skripsi ini berguna baik bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain yang memanfaatkannya.

Ponorogo, 04 Februari 2025



Erina May Krisanti

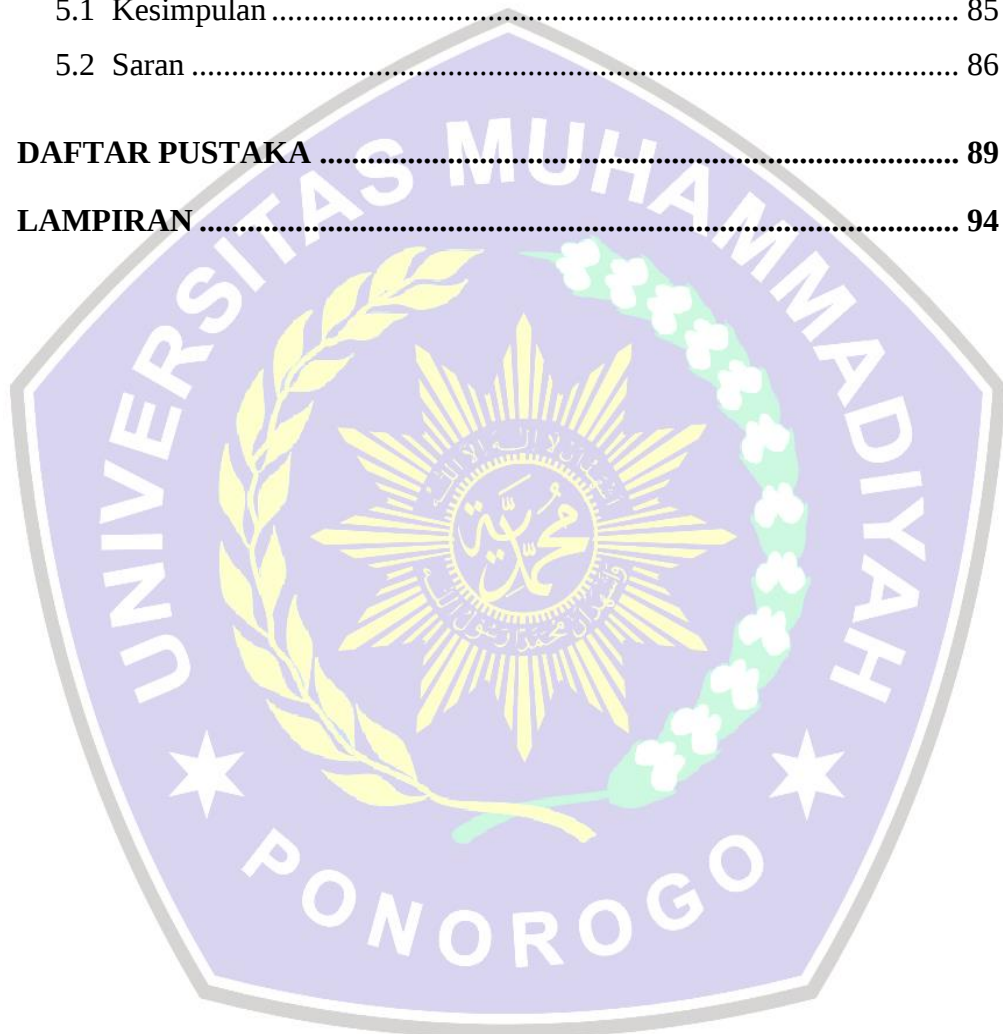
NIM 21415452

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
Tujuan Penelitian	10
Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
1. Manajemen.....	13
2. Bauran Pemasran	15
3. Kewirausahaan Dalam Bisnis Kuliner.....	18
4. Perilaku Konsumen.....	20
5. Keputusan Pembelian	22
6. <i>Viral Marketing</i>	26
7. <i>Social Media Marketing</i>	30
8. <i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i>	34
9. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	37

2.2 Penelitian Terdahulu	41
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	42
2.4 Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	47
3.2 Populasi dan Sampel.....	47
1. Populasi.....	47
2. Sampel.....	47
3.3 Sumber Data.....	48
1. Jenis Sumber data	48
2. Teknik Pengambilan Data.....	49
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	50
Variabel Penelitian.....	50
3.5 Metode Analisis Data.....	56
1. Uji Instrumen	56
2. Alat Analisis Statistik	57
3. Uji Instrumen	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum.....	60
1. Sejarah Sate Kambing Binowo Madiun.....	60
2. Visi dan Misi.....	61
3. Gambaran Umum Responden.....	61
4.2 Hasil Penelitian	70
1. Uji Instrumen	70
2. Alat Analisis Statistik	72
3. Uji Hipotesis	76
4.3 Pembahasan	81
1. Pengaruh <i>Viral Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sate Kambing Binowo Madiun	81
2. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sate Kambing Binowo Madiun	82

3. Pengaruh FOMO Terhadap Keputusan Pembelian Sate Kambing Binowo Madiun	83
4. Pengaruh <i>Viral Marketing</i> , <i>Social Media Marketing</i> , dan FOMO Terhadap Keputusan Pembelian Sate Kambing Binowo Madiun	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	94

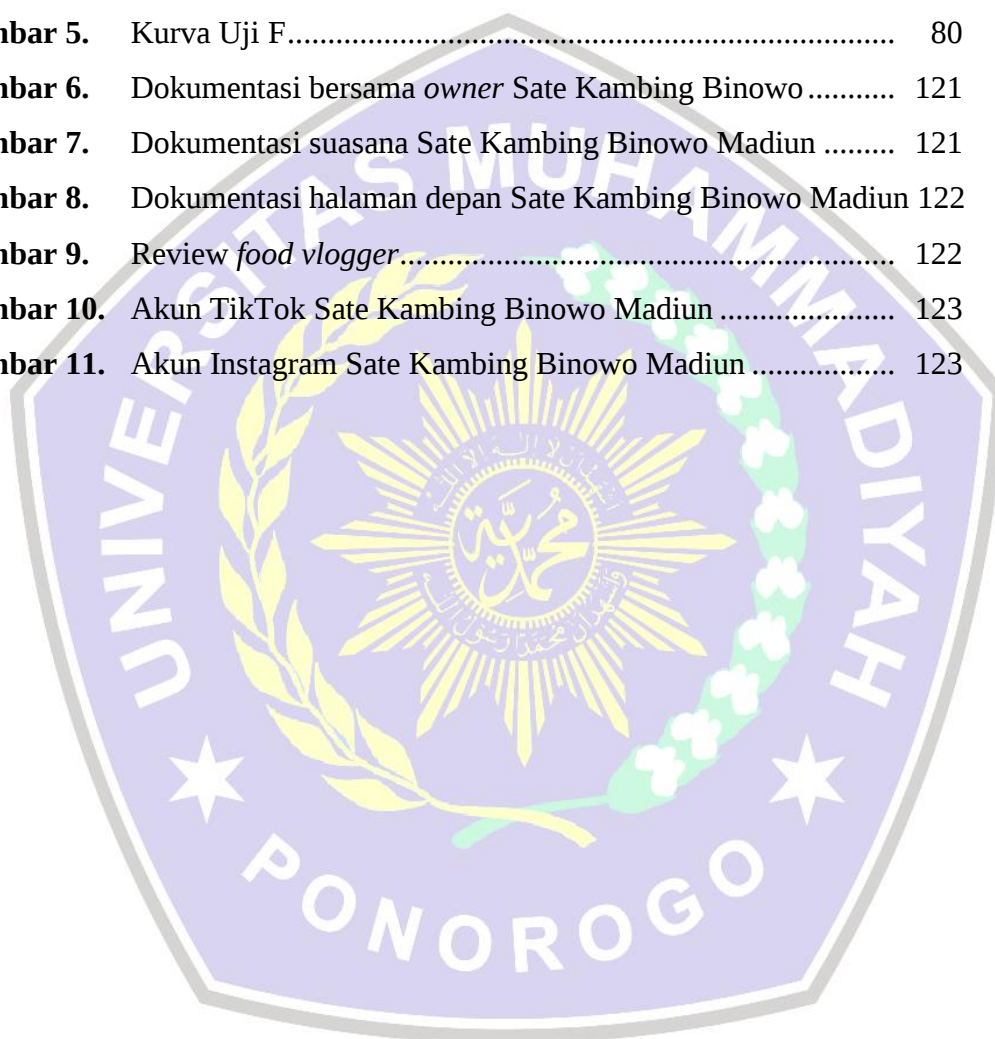


DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Penelitian Terdahulu	41
Tabel 2.	Skala Likert	50
Tabel 3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	64
Tabel 7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Terkait Kuliner	64
Tabel 8.	Variabel <i>Viral Marketing</i> (X1)	65
Tabel 9.	Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X2)	66
Tabel 10.	Variabel FOMO (X3)	67
Tabel 11.	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 12.	Hasil Uji Validitas	71
Tabel 13.	Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 14.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	73
Tabel 15.	Hasil Analisis Korelasi Berganda	75
Tabel 16.	Hasil Uji T (Parsial)	76
Tabel 17.	Hasil Uji F (Simultan)	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Konseptual Penelitian	42
Gambar 2.	Daerah Penerimaan dan Penolakan H01.....	77
Gambar 3.	Daerah Penerimaan dan Penolakan H02.....	78
Gambar 4.	Daerah Penerimaan dan Penolakan H03.....	79
Gambar 5.	Kurva Uji F.....	80
Gambar 6.	Dokumentasi bersama <i>owner</i> Sate Kambing Binowo	121
Gambar 7.	Dokumentasi suasana Sate Kambing Binowo Madiun	121
Gambar 8.	Dokumentasi halaman depan Sate Kambing Binowo Madiun	122
Gambar 9.	Review <i>food vlogger</i>	122
Gambar 10.	Akun TikTok Sate Kambing Binowo Madiun	123
Gambar 11.	Akun Instagram Sate Kambing Binowo Madiun	123



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	94
Lampiran 2. Data Tabulasi Penelitian.....	98
Lampiran 3. Identitas Responden.....	102
Lampiran 4. Kriteria Responden.....	109
Lampiran 5. Jawaban Responden.....	111
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas	116
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas	118
Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	119
Lampiran 9. Hasil Uji Kofisien Determinasi	119
Lampiran 10. Hasil Uji T	119
Lampiran 11. Hasil Uji F.....	120
Lampiran 12. Dokumentasi	121
Lampiran 13. Surat Izin Penelitian.....	124
Lampiran 14. Berita Acara Skripsi	125
Lampiran 15. Hasil Cek Plagiasi.....	127