

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINTIFIC
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO)**



SKRIPSI

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

Nama : Aurora Ahlul Widyaputri
N I M : 21415408
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINTIFIC
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO)**



SKRIPSI

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

Nama : Aurora Ahlul Widyaputri
N I M : 21415408
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Viral Marketing*, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Skintific (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Nama : Aurora Ahlul Widyaputri

NIM : 21415408

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 08 Juni 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

Pembimbing I

Ponorogo, 31 Juli 2025
Pembimbing II



Titi Rapini, SE., MM
NUPTK. 9837741642230122



Dr. Riawan, S.Pd., MM
NUPTK. 537763664131113

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Spandri Santoso, SE., M.Si

NIK. 1970101619990412

Dosen Penguji :



Titi Rapini, SE., MM
NUPTK. 9837741642230122



La Ode Sugianto, S. Pd., M.M.
NUPTK. 5962763664130202



Wahna Widhianingrum, SP.,MM
NUPTK. 3439764665230213

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Viral Marketing*, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*, diperoleh sebanyak 95 sampel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang pernah menggunakan dan membeli produk Skintific. Data penelitian diolah dengan metode Analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Viral Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2) Citra Merek terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 3) Kualitas Produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 4) Secara simultan, *Viral Marketing*, Citra Merek, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Kata Kunci : *Viral Marketing, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Skintific*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatulahi. Wabarakatuh

Alhamulillaahirabbil 'alamiin, puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Viral Marketing*, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo)” dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat dan yang kita nantikan syafaat-Nya di yaumul qiyamah.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan dan kerjasama dari semua pihak. Untuk itu pada kesempatan ini dengan rasa hormat dan ketulusan hati peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., MM selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen.

4. Ibu Titi Rapini, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Drs. Sujiono., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa bersabar dalam membimbing penulis dan memberikan arahan serta semangat untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, semoga ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat bagi agama, bangsa dan negara.
6. Teruntuk cinta pertamaku ayahanda tercinta Alm. Dwi Priyanto Yuwono, S. Pd yang sudah 9 tahun yang lalu meninggalkan penulis namun rasa sayang kepada beliau tidak pernah berkurang. Terima kasih banyak atas perjuangan yang diberikan kepada penulis, penulis bisa berada di tahap ini sebagaimana mewujudkan permintaan terakhir sebelum benar-benar pergi untuk melihat semua anak-anaknya menyalah gelar sarjana. Meskipun akhirnya harus melewati sendiri, maka bersama ini sebagai anak terakhir penulis mempersembahkan skripsi dan gelar sarjana ini seutuhnya kepada bapak tercinta, *i will always miss you.*
7. Teruntuk pintu surgaku Ibu Wiwik Wijayanti, perempuan hebat yang menjadi tulang punggung keluarga sekaligus menjalankan dua peran orang tua. Terima kasih sudah bertaruh nyawa dan segenap tenaga agar penulis dapat terlahir di dunia ini, dengan keikhlasan dan kesabaran membesarkan penulis dan dalam doa yang tak pernah terlupa di setiap malamnya, terima kasih juga selalu menemani penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, *i love you.*
8. Untuk kakakku tercinta, Alm. Zull Hazmi Gallang Widyaputra. Terima kasih atas kasih sayang, teladan, dan semangat yang selalu kau titipkan,

meski kini kita terpisah oleh ruang dan waktu. Kehadiranmu yang penuh cinta dan dukungan telah menjadi bagian penting dalam setiap langkah penulis. Walau ragamu sudah tiada, kenanganmu selalu hidup dalam hati, menjadi penguat saat aku hampir menyerah dan menjadi alasan untuk terus melangkah maju. Semoga engkau tenang di sisi-Nya dan bangga melihat adikmu mampu menyelesaikan skripsi ini.

9. Teruntuk Ardhila Ayu Innana, terimakasih atas kurang lebih 4 tahun menjadi sahabat, saudara, pendengar, penasehat dan apapun peranmu selama proses perkuliahan ini. Terimakasih telah menemani penulis dalam suka maupun duka yang dialami. Semoga harapan, doa dan mimpi-mimpi baik yang pernah kita ucapkan di kemudian hari menjadi kenyataan.
10. Teruntuk sahabatku sejak bangku SD, Eka Rahmawati yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup penulis. Terimakasih atas semua tawa, pelukan saat jatuh, dan kata-kata semangat yang tak pernah habis hingga hari ini. Skripsi ini juga lahir dari doa dan dukunganmu yang selalu percaya bahwa penulis bisa, bahkan ketika penulis sendiri ragu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Sahabatku SMA Sisca Oktasia, Oktafina, dan Amalia terima kasih atas semangat, tawa, dan dukungan yang selalu mengingatkan penulis untuk terus maju. Semoga kita semua sukses di jalan masing-masing, terus semangat, dan tak pernah berhenti meraih mimpi.
12. Teman-teman kelas manajemen A 2021 terima kasih atas kebersamaan selama masa perkuliahan ini. Terimakasih telah menjadi teman yang selalu

mendukung dan memberi warna dalam perjalanan ini. Semoga kebersamaan ini menjadi cerita indah yang selalu kita kenang.

13. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Aurora Ahlul Widyaputri terima kasih karena bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah ketika jalan di depan terasa gelap, ketika keraguan datang silih berganti, dan ketika langkah terasa berat untuk diteruskan. Terimakasih telah memilih untuk melanjutkan, walaupun sering kali tidak tau pasti ke mana arah ini akan membawa. Dan yang paling penting terima kasih karena sudah berani memilih, memilih untuk mencoba, memilih untuk belajar, dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah kamu mulai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Penulis, 14 Juli 2025

Penulis,



Aurora Ahlul Widyaputri

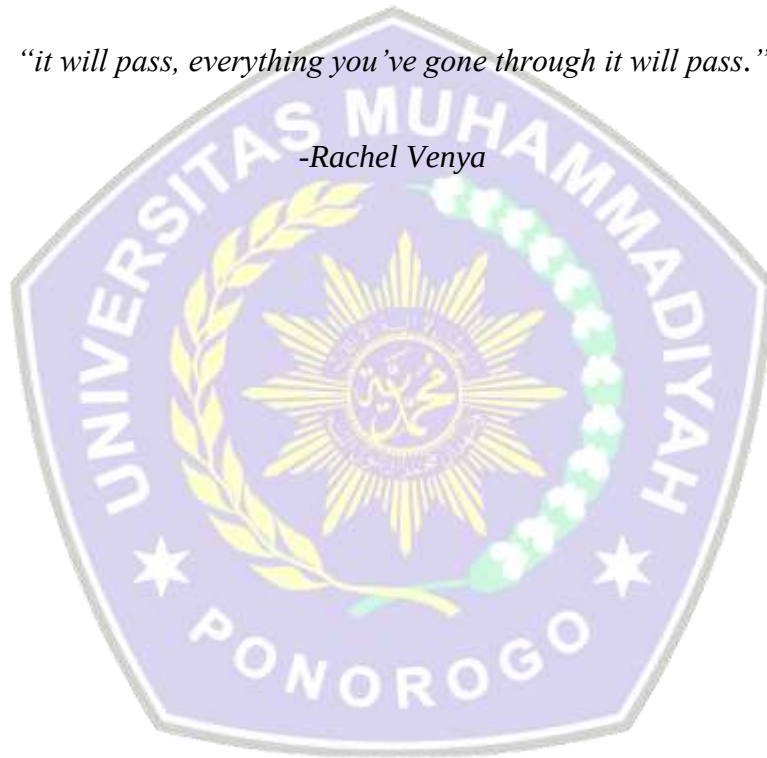
MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah : 5-6)

“it will pass, everything you’ve gone through it will pass.”

-Rachel Venya



PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan 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 pustakan.

Ponorogo, 14 Juli 2025

Penulis,

CE36CAKX596224740
Aurora Ahlul Widyaputri
NIM. 21415408

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO	viii
PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
1. Pemasaran.....	13
2. Perilaku Konsumen	18
3. Keputusan pembelian	21
4. <i>Viral Marketing</i>	31
5. Citra Merek	35
6. Kualitas Produk.....	37
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Pemikiran.....	44
2.4 Hipotesis.....	44
BAB III.....	49
METODE PENELITIAN	49
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	49
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
1. Populasi	50
2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	50

3.3 Metode Pengambilan Data	51
1. Data Primer	51
2. Data Sekunder	52
3. Teknik Pengambilan Data	52
3.4 Definisi Operasional Variabel	54
1. Variabel bebas (independent)	54
2. Variabel terikat (<i>dependent</i>)	59
3.5 Metode Analisis Data	60
1. Uji Instrument	60
a. Uji Validitas	60
b. Uji Reliabilitas	61
2. Alat Analisa Data	62
a. Regresi Linier Berganda	62
b. Uji Koefisien Determinasi	63
3. Uji Hipotesis	64
a. Uji T	64
b. Uji F	65
BAB IV	66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Hasil Penelitian	66
1. Gambaran Umum Objek Perusahaan	66
2. Visi dan Misi Skintific	69
3. Gambaran Umum Responden	69
4. Deskripsi Variabel Penelitian	73
4.2 Uji Instrument	88
1. Uji Validitas	88
2. Uji Reliabilitas	90
4.3 Uji Analisis Data	91
1. Analisis Regresi Linier Berganda	91
2. Analisis Koefisien Determinasi	93
4.4 Uji Hipotesis	94
1. Uji T	94
2. Uji F	96

4.5 Pembahasan	97
1. Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.....	98
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.....	99
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.....	100
4. Pengaruh <i>Viral Marketing</i> , Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.	102
BAB V.....	104
KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	112



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1 Skala Likert	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi.....	72
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	73
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Viral Marketing</i> (X^1).....	75
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X^2)	78
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X^3).....	81
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	85
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	89
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	91
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	93
Tabel 4.13 Hasil Uji T (Parsial)	95
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan)	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	21
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	44
Gambar 4.1 Logo Skintific.....	66
Gambar 4.2 Produk Skincare dan Makeup Skintific	67

