

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* MEDIA SOSIAL, *BRAND IMAGE*,
DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN SATE GULE KAMBING BINOWO MADIUN DENGAN
HARGA KOMPETITOR SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



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 : Fingki Lara Rumandani

NIM : 22415653

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* MEDIA SOSIAL, *BRAND IMAGE*,
DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN SATE GULE KAMBING BINOWO MADIUN DENGAN
HARGA KOMPETITOR SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



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 : Fingki Lara Rumandani

NIM : 22415653

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Viral Marketing* Media Sosial, *Brand Image*, dan *Perceived Value* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sate Gule Kambing Binowo Madiun dengan Harga Kompetitor Sebagai Variabel Mediasi

Nama : Fingki Lara Rumandani

NIM : 22415653

Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 21 Januari 2003

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, 06 Mei 2026

Pembimbing I



Dr. Titis Purwaningrum, S.E., M.MA

NUPTK. 6736748649230192

Pembimbing II



Dwi Warni Wahyuningsih, S.E., M.M

NUPTK. 4742764665231052

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Saiful Bahriyanto, S.E., M.Si

NIK. 1970101619990412

Dosen Penguji :

Ketua



Dr. Titis Purwaningrum, S.E., M.MA

NUPTK. 6736748649230192

Sekretaris



Dr. Riawan, S.Pd., M.M

NUPTK. 537763664131113

Anggota



Siti Chamidah, S.E., M.Si

NUPTK. 3851749650230102

RINGKASAN

Sripsi : “Pengaruh *Viral Marketing* Media Sosial, *Brand Image*, dan *Perceived Value* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sate Gule Kambing Binowo Madiun dengan Harga Kompetitor Sebagai Variabel Mediasi”; Fingki Lara Rumandani, NIM 22415653, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo,

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sate Gule Kambing Binowo Madiun, dengan jumlah sampel sebanyak 220 responden yang diambil menggunakan teknik *non-probability sampling*. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan *perceived value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi harga kompetitor. Selanjutnya, *perceived value* terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian secara langsung. *Viral marketing* media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan jika dimediasi oleh harga kompetitor. Nilai R-Square untuk variabel keputusan pembelian adalah sebesar 0,698, yang berarti model ini mampu menjelaskan 69,8% fenomena keputusan pembelian pada objek penelitian. Hasil ini menyarankan agar manajemen Sate Gule Kambing Binowo terus memperkuat strategi konten digital dan mempertahankan kualitas nilai produk untuk bersaing dengan harga pasar.

Kata Kunci: *Viral Marketing*, *Brand Image*, *Perceived Value*, Harga Kompetitor, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Viral Marketing* Media Sosial, *Brand Image*, dan *Perceived Value* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sate Gule Kambing Binowo Madiun dengan Harga Kompetitor Sebagai Variabel Mediasi”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) Pada program Sarjana Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di kampus tercinta ini.
2. Dr. Slamet Santoso, S.E., M.M selaku dekan fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo atas fasilitas dan layanan akademik yang diberikan selama masa studi.
3. Dr. Riawan, S.Pd., M.M selaku ketua program studi manajemen, yang telah memberikan arahan dan dukungan administratif bagi kelancaran studi penulis.
4. Ibu Titis Purwaningrum, S.E., M.MA, selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar memberikan bimbingan, masukan, dan motivasi yang luar biasa hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan teknis dan saran-saran yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi, yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan bantuan administratif selama perkuliahan.
7. Pihak Manajemen Sate Gule Kambing Binowo Madiun, yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam proses pengambilan data penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

Ponorogo, 06 Mei 2026

Penulis



Fingki Lara Rumandani

22415653



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji bagi Allah Swt. atas limpahan rahmat, nikmat, kekuatan, dan kesempatan yang tiada henti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa syukur dan ketulusan, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada :

1. Bapak tercinta, atas segala doa yang tidak pernah terputus, kerja keras yang tiada lelah, serta kasih sayang dan pengorbanan yang tulus demi keluarga. Terimakasih atas setiap nasihat, keteguhan, dan keteladanan yang menjadi kekuatan dalam setiap langkah penulis. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan dalam setiap fase kehidupan Bapak.
2. Ibu tercinta, atas kasih sayang yang tak terhingga, setiap doa yang selalu mengiringi, serta dukungan dan perhatian yang tidak pernah pudar. Ibu adalah sumber kekuatan dan semangat dalam setiap perjuangan penulis. Semoga Allah Swt. membalas setiap cinta dan pengorbanan Ibu dengan pahala yang berlipat ganda.
3. Kakak tercinta, Ryo Ferdiawan, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta motivasi dalam setiap proses yang penulis jalani. Terima kasih atas perhatian, nasihat, dan kebersamaan yang selalu menguatkan, baik dalam keadaan suka maupun duka. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan keberkahan, kesehatan, dan kesuksesan dalam setiap langkah kehidupan Kakak.
4. Keluarga besar, yang senantiasa memberikan motivasi, dukungan, serta doa sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan ini dengan baik.
5. Dosen pembimbing 1, Ibu Titis Purwaningrum, S.E., M.MA yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti dengan penuh kesabaran dan ketelitian selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala ilmu dan kebaikan yang diberikan menjadi amal jariyah dan mendapatkan balasan terbaik dari Allah Swt.

6. Dosen pembimbing 2, Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, S.E., M.M yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan saran, serta membimbing penulis dengan penuh perhatian hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan dan keberkahan dalam setiap aktivitas beliau.
7. Sahabat dan teman-teman, yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta kebersamaan dalam setiap proses perjuangan. Terima kasih atas bantuan, motivasi, dan kenangan yang telah terukir selama masa perkuliahan.
8. Untuk diri saya sendiri, Fingki Lara Rumandani, terima kasih atas segala kerja keras, air mata, doa, dan semangat yang tidak pernah benar-benar padam meskipun berkali-kali merasa lelah. Terima kasih karena telah bertahan sejauh ini, karena tidak menyerah meski keraguan sering datang menghampiri. Terima kasih pada raga yang tetap kuat, dan "pada hati yang terus belajar ikhlas,. Terima kasih telah mempercayai proses, meskipun jalannya tidak selalu mudah dan sering kali terasa berat. Setiap luka, lelah, dan kegagalan telah membentuk pribadi yang lebih tangguh dan dewasa. Saya bangga pada diri saya sendiri yang mampu melewati semua ini dengan sabar dan penuh harapan. Semoga ke depan langkah ini semakin mantap, hati semakin kuat, dan diri ini terus bertumbuh menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

MOTTO

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan.
Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau
harapkan.”

(Maudy Ayunda)



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah 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, 06 Mei 2026



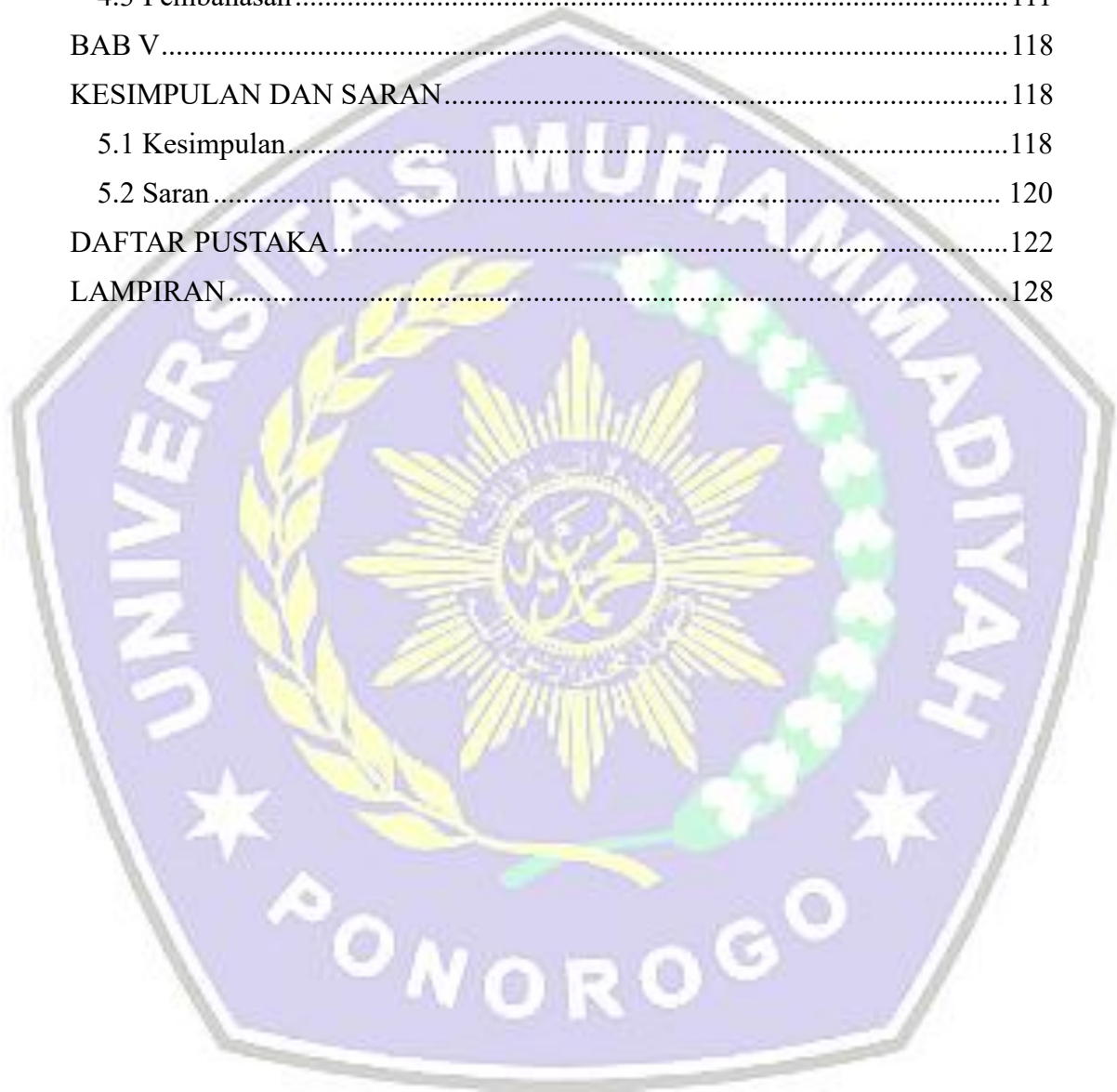
Fingki Lara Rumandani

22415653

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO.....	ix
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	x
DAFTAR ISI	11
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR GAMBAR	14
DAFTAR LAMPIRAN	15
BAB I.....	16
PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang Masalah.....	16
1.2 Perumusan Masalah.....	26
1.3 Tujuan Penelitian.....	27
1.4 Manfaat Penelitian.....	28
BAB II.....	29
TINJAUAN PUSTAKA	29
2.1 Landasan Teori	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	59
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	64
2.4 Hipotesis Penelitian.....	66
BAB III	73
METODE PENELITIAN.....	73
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	73
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	74
3.3 Metode Pengambilan Data	75
3.4 Definisi Operasional Variabel	75
3.5 Metode Analisis Data	76
3.6 Teknik Analisis Data	77

3.7 Pengujian Hipotesis.....	78
BAB IV	80
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	80
4.1 Gambaran Umum	80
4.2 Analisis Data.....	95
4.3 Pembahasan.....	111
BAB V.....	118
KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN.....	128



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	60
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel	76
Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	82
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	83
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	85
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Mengetahui Produk	86
Tabel 8 Pengelompokan Total Skor	88
Tabel 9 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Viral Marketing Media Sosial	89
Tabel 10 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Brand Image.....	90
Tabel 11 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Perceived Value	91
Tabel 12 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga Kompetitor	92
Tabel 13 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	94
Tabel 14 Validitas Konvergen	96
Tabel 15 Average Variance Extracted.....	98
Tabel 16 Heteroit-Monotrait Ratio	99
Tabel 17 Crosss Loading	100
Tabel 18 Reliabilitas.....	103
Tabel 20 R-Square.....	105
Tabel 21 Relevansi Prediksi (Q2)	106
Tabel 22 Direct Effect	108
Tabel 23 Indirect Effect.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir	65
Gambar 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Gambar 3 Model Partial Least Square	95
Gambar 4 Path Coeffisien	104



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	128
Lampiran 2 Data Tabulasi Penelitian	131
Lampiran 3 Analisis Data.....	140
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	143
Lampiran 5 Berita Acara Bimbingan Skripsi	144
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiasi.....	146
Lampiran 7 Bukti Submit Artikel.....	147
Lampiran 8 Dokumentasi.....	147

