SKRIPSI

PERAN MINAT BELI DALAM MEMEDIASI PENGARUH *VIRAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E - WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KOPI HATARIA

Nama : Uzama Choirul Zein

NIM : 22415847

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

SKRIPSI
PERAN MINAT BELI DALAM MEMEDIASI PENGARUH *VIRAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (*E - WOM*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KOPI HATARIA

Diajukan sebagai syarat untuk menyusun skripsi
pada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Uzama Choirul Zein
NIM : 22415843
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul	:	Peran Minat Beli Dalam Memediasi Pengaruh *Viral Marketing dan Electronic Word of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kopi Hataria
Nama	:	Uzama Choirul Zein
NIM	:	22415843
Tempat, Tanggal Lahir	:	Ponorogo, 22 Oktober 2001
Progam Studi	:	Manajemen

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

Ponorogo, 30 Juli 2026

Pembimbing I	Pembimbing II
La Ode Sugianto.S.Pd.,M.M.	**Yusup Arip, SE., MM**
NUPTK. 1552767668131043	NUPTK. 8446763664137003

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si.
NIK. 19701016 199904 12

Dosen Penguji

Ketua	Sekretaris	Anggota
La Ode Sugianto.S.Pd.,M.M	**Siti Chamidah,S.E.,M.Si**	**Dr. Diana Pramudya W,MM**
NUPTK.5962763664130202	NUPTK. 3851749650230102	NUPTK.0741761662230202

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Viral Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel mediasi pada konsumen Toko Kopi Hataria Ponorogo. Perkembangan pemasaran digital mendorong pelaku usaha memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat dan keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 200 responden yang dipilih menggunakan teknik random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Viral Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli maupun Keputusan Pembelian. Selain itu, Minat Beli juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian mediasi membuktikan bahwa Minat Beli mampu memediasi pengaruh *Viral Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang didukung konten menarik dan ulasan positif konsumen mampu meningkatkan Minat Beli serta mendorong Keputusan Pembelian pada Toko Kopi Hataria Ponorogo.

Kata Kunci: *Viral Marketing, Electronic Word of Mouth* (E-WOM), Minat Beli, Keputusan Pembelian, *SmartPLS.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya. Berkat pertolongan, kemudahan, dan ridha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Peran Minat Beli dalam Memediasi Pengaruh *Viral Marketing dan Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kopi Hataria Ponorogo". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, arahan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, kesehatan, kekuatan, serta kemudahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kedua orang tua tercinta beserta seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, kasih sayang, perhatian, motivasi, serta dukungan, baik secara moral maupun material, selama penulis menempuh pendidikan hingga penyelesaian skripsi ini.
3. Rektor Universitas beserta seluruh jajaran pimpinan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan dan menyelesaikan studi di perguruan tinggi.

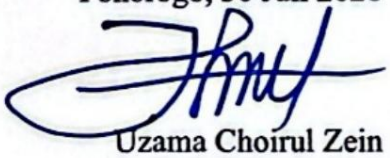
4. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan pelayanan akademik, arahan, serta ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti proses perkuliahan.
5. Bapak Dr. Riawan, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan fasilitas selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak La Ode Sugianto, S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran dengan penuh kesabaran untuk memberikan arahan, masukan, serta motivasi sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Bapak Yusup Arip, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengetahuan, serta pengalaman yang sangat bermanfaat selama penulis menjalani proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
8. Pemilik, manajemen, serta seluruh konsumen Toko Kopi Hataria Ponorogo yang telah berkenan menjadi responden penelitian dan memberikan informasi yang diperlukan selama proses pengumpulan data.
9. Seluruh teman seperjuangan serta berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, doa, semangat, dan dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Fauziah Elisa Hanim selaku pasangan penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, dan menemani setiap proses perjuangan dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita,

memberikan motivasi, serta menjadi salah satu alasan penulis untuk terus berusaha hingga mampu menyelesaikan perjalanan akademik ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, maupun kemampuan yang dimiliki. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi untuk menyempurnakan penelitian pada masa mendatang.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, memberikan informasi yang berguna bagi pihak yang berkepentingan, serta menambah wawasan bagi para pembaca.

Ponorogo, 30 Juli 2026



Uzama Choirul Zein

Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian

Saya yang bertandatangan 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 suatau Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuna saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh oranglain, kecuali yag secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Ponorogo, 03 Juli 2026

Uzama Choirul Zein

NIM 22415843

MOTTO

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap"

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

"The Future belongs to those who bhelieve in the beauty of their dreams"

"Jangan biarkan apapun mengecilkan mimpimu,dunia terlalu luas untuk peranmu, dan terlalu indah untuk disia siakan"

(Eleanor Roosevelt)

"Tidak semua perjalanan harus mudah untuk menjadi berarti. Kadang luka mengajarkan bertahan, kegagalan mengajarkan tumbuh, dan waktu mengajarkan bahwa setiap perjuangan memiliki tujuan."

(Uzama)

DAFTAR ISI

SKRIPSI ..... **i**

SKRIPSI ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

KATA PENGANTAR ..... **v**

Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitia ..... **viii**

MOTTO ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I
PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Masalah **1**

1.2 Perumusan Masalah **11**

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian **12**

BAB II **16**

2.1 Landasan Teori 16

2.2 Penelitian Terdahulu 29

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian 31

2.3 Hipotesis 32

BAB III **42**

3.1 Ruang Lingkup Penelitian **42**

3.2 Populasi dan Sample Penelitian **43**

3.3 Metode Pengambilan Data **46**

3.4 Sumber Data **48**

3.5 Definisi Operasional Variable **50**

3.6 Metode Analisis Data **52**

3.7 Teknik Analisis Data **54**

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN **62**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 62

4.2 Karakteristik Responden 64
4.3 Deskripsi Jawaban Responden 67
4.4 Analisis Data 72
4.5 Pengujian Outer model **74**
4.7 Pembahasan 90
BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN **98**
5.1 Kesimpulan 98
5.2 Saran 100
DAFTAR PUSTAKA **102**
LAMPIRAN **106**

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Indikator Viral Marketing 23
Tabel 2 Indikator E-WOM 25
Tabel 3 Indikator Minat Beli 27
Tabel 4 Indikator Keputusan Pembelian 29
Tabel 5 Penelitian Terdahulu 29
Tabel 6 Skala Likert 50
Tabel 7 Devinisi Operasional Variabel 51
Tabel 8 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS 54
Tabel 9 Responden berdasarkan jenis kelamin 64
Tabel 10 Responden berdasarkan Usia 65
Tabel 11 Responden Berdasarkan Pekerjaan/status 66
Tabel 12 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Viral Marketing (X1) 67
Tabel 13 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Electronic Word of Mouth 69
Tabel 14 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Z) 70
Tabel 15 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) 71
Tabel 16 Hasil Outer Loading Uji Confergent Validity 75
Tabel 17 Hasil AVE Uji Convergent Validity 77
Tabel 18 Hasil Cross Loading Uji Discriminant validity 78
Tabel 19 Nilai Composite Reliability 79
Tabel 20 Nilai Cronbach's Alpha 80
Tabel 21 Nilai R-Square 82
Tabel 22 Nilai Q-Square 83
Tabel 23 Path Coefficient/Direct Effect 84
Tabel 24 Indirect Effect 86
Tabel 25 Hasil Uji Model Fit 87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual Penelitian 31
Gambar 2 Latent Variable Penelitian 73
Gambar 3 Outer Model 74
Gambar 4 Hasil Inner Model..... 81

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner 106
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden 109
Lampiran 3. Outer Model 117
Lampiran 4. Inner Model 119
Lampiran 5. Berita Acara 120
Lampiran 6. Pernyataan Bebas Plagiasi 121

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO