

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN HARGA
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA
KEDAI MIXUE DI KOTA PASURUAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S1)

Disusun Oleh :

NUR AENI

NPM : 1961201002774



**UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

FAKULTAS EKONOMI

TAHUN 2023

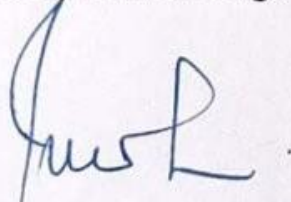
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nur Aeni
Nomer Pokok Mahasiswa : 1961201002774
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
JudulSkripsi : Pengaruh *Viral Marketing* Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Kedai Mixue di Kota Pasuruan

Pasuruan, 06 Juni 2023

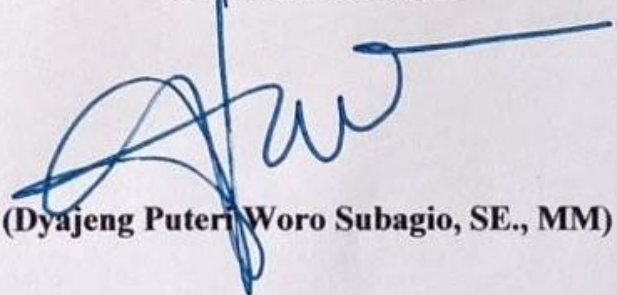
DISETUJUI DAN DITERIMA

Dosen Pembimbing I



(Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM)

Dosen Pembimbing II



(Dyajeng Puteri Woro Subagio, SE., MM)

Dekan



(Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM)

TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah di uji dan dipertahankan didepan Tim penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi, pada tanggal 06 Juni 2023

TIM PENGUJI:

1. Nurul Akramiah, SE., MM

1. Ketua

2. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM

2. Sekretaris.....

3. Dyajeng Puteri Woro Subagio, SE., MM

3. Anggota

Pengesahan

Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan



Dekan

Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM

PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Aeni
Agama : Islam
Alamat Rumah : Dusun Jambu RT.002 RW.005 Desa Ngempit,
Kecamatan Kraton, Kabupaten Pasuruan

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

“Pengaruh *Viral Marketing* dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Kedai Mixue Di Kota Pasuruan” adalah hasil karya tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa artikel: Thesis Atau pun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi.

Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 06 Juni 2023

Yang membuat



Nur Aeni

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas ridhonya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Viral Marketing* dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Kedai Mixue Di Kota Pasuruan”**. Sholawat dan Salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menuntun kita pada jalan yang benar. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat guna mendapat gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Merdeka Pasuruan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mengalami hambatan, namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ir. Sulistyawati, MP. Selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan.
3. Ibu Dra. A. Ratna Pudyaningih, MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan selaku dosen pembimbing I, yang telah bersedia meluangkan waktu dan sabar memberikan masukan selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Dyajeng Puteri Woro Subagio, SE., MM. Selaku dosen pembimbing II S

5. Ibu Nurul Akramiah, SE., MM. Selaku dosen wali sekaligus dosen penguji yang telah mendampingi dan memotivasi selama proses perkuliahan sampai proses penyelesaian skripsi.
6. Segenap dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.
7. Bapak Sukarnoto dan ibu Sugiati, orang tua yang senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang dan dukungannya kepada penulis.
8. Novan Aji Purwanto suami tercinta yang selalu memberikan dukungan moril dan materil selama proses perkuliahan sampai proses penyelesaian skripsi.
9. Sahabat saya Aldian Irwanto yang telah meluangkan waktu dan banyak membantu baik tenaga maupun pikiran dalam proses penulisan skripsi.
10. Sahabat-sahabat tercinta (Angga, Himma, Kiky, Hanina, Yeni, Firin, Iza) yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
11. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Pasuruan, 06 Juni 2023

Nur Aeni

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR DIAGRAM	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. <i>Viral Marketing</i>	
1. Pengertian <i>Viral Marketing</i>	6
2. Jenis-Jenis <i>Viral Marketing</i>	7
3. Dimensi <i>Viral Marketing</i>	8

4. Indikator <i>Viral Marketing</i>	8
B. Harga	
1. Pengertian Harga	9
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga	10
3. Strategi Penetapan Harga	11
4. Indikator Harga.....	12
C. Minat Pembelian ulang	
1. Pengertian Minat Pembelian ulang	13
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian ulang.....	14
3. Indikator Minat Pembelian ulang	15
D. Hubungan Antara Variabel Bebas Dengan Variabel Terikat	
1. Hubungan <i>Viral Marketing</i> Dengan Minat Pembelian Ulang	15
2. Hubungan Harga Dengan Minat Pembelian Ulang	16
3. Hubungan <i>Viral Marketing</i> Dan Harga Dengan Minat Pembelian Ulang	17
E. Penelitian Terdahulu.....	19
F. Kerangka Konseptual.....	26
G. Hipotesis.....	27

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Definisi Operasional Variabel	30
B. Ruang Lingkup Penelitian	34
C. Lokasi Penelitian	34
D. Metode Penarikan Sampel.....	34

E. Jenis dan Sumber Data	36
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	39
1. Uji Instrumen Penelitian	39
a. Uji Validitas	39
b. Uji Reliabilitas	40
2. Uji Deskriptif	40
3. Uji Asumsi Klasik.....	42
a. Uji Normalitas.....	42
b. Uji Multikolinearitas	43
c. Uji Heteroskedastisitas	43
4. Analisis Regresi Berganda.....	44
5. Pengujian Hipotesis.....	45
a. Uji Parsial (Uji Statistik T).....	45
b. Uji Simultan (Uji Statistik F).....	45
c. Analisis Koefisien Determinan (R^2).....	46
d. Uji Pengaruh Dominan.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	
1. Gambaran Objek Penelitian	47
2. Uji Instrumen	51
a. Uji Validitas	51
b. Uji Reliabilitas	52

3. Deskripsi Data Penelitian.....	52
a. Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
1) Jenis Kelamin Responden.....	53
2) Usia Responden.....	54
3) Pendidikan Responden.....	56
4) Jumlah Pembelian Produk Mixue Dalam Sebulan.....	58
5) Alasan Responden Memilih Produk Mixue.....	58
6) Pengetahuan Responden Tentang Mixue.....	60
b. Deskriptif Variabel Penelitian.....	62
1) Deskriptif Variabel <i>Viral Marketing</i>	62
2) Deskriptif Variabel Harga.....	64
3) Deskriptif Variabel Minat Pembelian Ulang.....	67
4. Uji Asumsi Klasik.....	69
a. Uji Normalitas.....	69
b. Uji Multikolinearitas.....	71
c. Uji Heteroskedastisitas.....	72
5. Analisis regresi linier berganda.....	73
6. Pengujian Hipotesis.....	74
a. Uji Simultan (Uji F).....	75
b. Uji Parsial (Uji T).....	76
7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	77
8. Uji Pengaruh Secara Dominan.....	78
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	88
B. Keterbatasan	89
C. Saran	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 3 : Keterangan Jawaban Responden.....	41
Tabel 4 : Keterangan Nilai Interval.....	42
Tabel 5 : Hasil Uji Validitas	51
Tabel 6 : Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 7 : Deskripsi Jawaban <i>Viral Marketing</i> (X1).....	63
Tabel 8 : Deskripsi Jawaban Harga (X2).....	65
Tabel 9 : Deskripsi Jawaban Minat Pembelian Ulang (Y).....	67
Tabel 10 : Hasil Uji <i>One-Sampel Kolmogorof-Smirnov Test</i>	69
Tabel 11 : Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 12 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 13 : Hasil Uji F (Uji Signifikansi Secara Simultan).....	75
Tabel 14 : Hasil Uji T (Uji Signifikansi Secara Parsial).....	76
Tabel 15 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	77
Tabel 16 : Hasil Uji Pengaruh Secara Dominan	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Kerangka Konseptual	26
Gambar 2 : Logo Mixue	48
Gambar 3 : Maskot Mixue	49
Gambar 4 : Slogan Mixue	50
Gambar 5 : Daftar Menu Dan Harga Mixue	50
Gambar 6 : <i>QR Barcode</i> Kuesioner	53
Gambar 7 : Responden Terbanyak (<i>Gen Z</i>)	56
Gambar 8 : <i>Viral Marketing</i> Kedai Mixue Parimas Pada Aplikasi <i>Tiktok</i>	62
Gambar 9 : Hasil Uji Normal P-Plot	70
Gambar 10 : Hasil Uji <i>Scatterplot</i>	72



DAFTAR DIAGRAM

	Halaman
Diagram 1 : Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Diagram 2 : Karakteristik Berdasarkan Usia	55
Diagram 3 : Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	57
Diagram 4 : Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk Mixue Selama Sebulan....	58
Diagram 5 : Berdasarkan Alasan Responden Memilih Produk Mixue	59
Diagram 6 : Berdasarkan Pengetahuan Responden Tentang Produk Mixue	60



ngaruh *Viral Marketing* dan Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Kedai Mixue Di Kota Pasuruan

Nur Aeni¹, Agnes Ratna Pudyaningsih², Dyajeng Puteri Woro Subagio³

¹Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-mail: nuraeni2031@gmail.com¹, ratnaend@gmail.com²,

dyajengsubagio@gmail.com³

Abstrak

Persaingan bisnis saat ini sangat tajam khususnya bisnis makanan dan minuman dengan menawarkan harga terjangkau. Tetapi tidak semua bisnis berlangsung lama karena kurangnya minat pembelian ulang pada konsumen. Salah satu produk yang sedang *viral* adalah produk minuman Mixue. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *viral marketing* dan harga terhadap minat pembelian ulang pada kedai Mixue di Kota Pasuruan. Populasi yang digunakan adalah konsumen Mixue di Kota Pasuruan yang pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali dengan metode sampling yang digunakan adalah *non-propability sampling*. Menggunakan rumus Hair, *et.al* dengan jumlah sampel sebanyak 88 responden. Analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Deskripsi, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis, dan Analisis Regresi Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Viral marketing* dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang pada kedai Mixue di Kota Pasuruan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $43.901 > 3.103$ dan nilai sig. $0.000 < 0.05$. 2) *Viral marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang pada kedai Mixue di Kota Pasuruan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4.250 > 1.988$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. 3) Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang pada kedai Mixue di Kota Pasuruan, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4.787 > 1.988$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.

Kata Kunci: *viral marketing*, harga, minat pembelian ulang