

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *VIRAL MARKETING* TERHADAP
MINAT BELI PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI KECAMATAN
GEDANGAN SIDOARJO**

SKRIPSI



OLEH:

SINAN ARDAN
17012010190 / FEB /EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2022

SKRIPSI

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *VIRAL MARKETING* TERHADAP
MINAT BELI PADA *E-COMMERCE SHOPEE* DI KECAMATAN
GEDANGAN SIDOARJO**

Disusun Oleh:

SINAN ARDAN
17012010190 / FEB / EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal : 16 Desember 2022

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama

Sulastrirbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196206161989032001

Dra. Ec Nuruni Ika Kusuma W., MM
NIP. 196206161989032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

10 JAN 2023

Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.
NIP. 195908281990031001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sinan Ardan
NIM : 17012010190
Fakultas /Program Studi : FEB/MAHAJEMEN
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi : Pengaruh Word OF Mouth Dan Viral Marketing Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee di Kecamatan Gedangan Sidoarjo

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 18 Januari 2023

Yang Menyatakan


(SINAN ARDAN)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *VIRAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE” tidak lepas atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Syamsul Huda, SE., MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Ec. Sulastri Irbayuni, M.M. selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dra.Ec. Nurjanti Takarini, M.Si. selaku Dosen Wali yang dengan telaten dan sungguh-sungguh dalam melakukan perwalian kepada penulis selaku Mahasiswa.
4. Dra.Ec.Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M. selaku Dosen Pembimbing Pertama Skripsi yang dengan sabar telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan yang tidak dapat dihitng besarnya.

6. Rekan-rekan seangkatan prodi Manajemen. Terima kasih atas saran-saran dan bantuan-bantuan yang kalian berikan selama ini.
7. Semua pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala bantuan, dukungan, semangat dan doa yang diberikan kepada penulis.

Penyusunan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, baik dari segi penulisan serta isi yang terkandung didalamnya. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan. Demikian yang dapat penulis berikan dalam skripsi ini semoga bisa bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya. Aamiin...

Surabaya, 4 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 <i>Word Of Mouth</i>	12
2.2.2 <i>Viral Marketing</i>	16
2.2.3 Minat Beli	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	28
2.4 Kerangka Konseptual	29
2.5 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.2 Pengukuran Variabel	33
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	34

3.3.1	Populasi.....	34
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Teknik Pengambilan Data	36
3.4.1	Jenis Data	36
3.4.2	Sumber Data.....	36
3.4.3	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	37
3.5.1	Uji Validitas	37
3.5.2	Uji Reabilitas.....	37
3.6	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	48
4.1.1	Kabupaten Sidoarjo.....	48
4.1.2	Pengguna Shopee di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo	48
4.2	Deskriptif Hasil Penelitian	49
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden.....	49
4.2.2	Deskripsi Variabel.....	50
4.3	Hasil Partial Least Square	55
4.3.1	Model PLS	55
4.3.2	Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator)	56
4.3.3	Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	62
4.4	Pembahasan	63
4.4.1	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X1) terhadap Minat Beli (Y)	63
4.4.2	Pengaruh Viral Marketing (M) terhadap Minat Beli (Y).....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		66

5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Internet Yang Rutin Melakukan Belanja Online Setiap Pekan	3
Tabel 1.2 E-Commerce Yang Paling Diingat Masyarakat.....	5
Tabel 1.3 Rata-Rata Pengunjung Bulanan Shopee	5
Tabel 1.4 Data penjualan <i>seller</i> “X” selama 3 bulan.....	6
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Tabel Deskripsi Variabel Word of Mouth	51
Tabel 4.4 Tabel Deskripsi Variabel Viral Marketing.....	53
Tabel 4.5 Tabel Deskripsi Variabel Minat Beli	54
Tabel 4. 6 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)	58
Tabel 4. 7 Cross Loading	59
Tabel 4. 8 Average Variance Extracted (AVE)	60
Tabel 4. 9 Composite Reliability	60
Tabel 4. 10 Latent Variable Correlations.....	61
Tabel 4. 11 R-square	62
Tabel 4. 12 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 3.1 Langkah-langkah menjalankan PLS.....	40
Gambar 3.2 Model Konstruksi Diagram Jalur	42
Gambar 4.1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square	56

ABSTRAK

Pengguna Shopee, khususnya di Kecamatan Gedangan Sidoarjo. Akhir-akhir ini mengalami permasalahan yaitu maraknya oknum yang melakukan *fake order* dan *fake review* yang membuat para konsumen bahkan *seller* berpotensi bisa dirugikan oleh oknum tersebut, karena konsumen akan menjadi lebih ragu dan berfikir dua kali dalam berbelanja di Shopee dan untuk para *seller* dikhawatirkan akan meningkatkan banyaknya pesanan yang dibatalkan sehingga dapat menurunkan jumlah pembelian mereka.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Word Of Mouth* dan *Viral Marketing* berpengaruh terhadap minat beli pada *e-commerce* Shopee. Penelitian ini dilakukan pada sebanyak 196 pengguna *e-commerce* Shopee. Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari kuesioner dan data sekunder diperoleh dari *website* terkait. penelitian ini dilakukan dengan memakai teknik analisis kuantitatif untuk mengetahui nilai tanggapan para responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian dengan menggunakan *software* SmartPLS.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini berhasil membuktikan bahwa *Word Of Mouth* dan *Viral Marketing* berpengaruh terhadap minat beli pada *e-commerce* Shopee di Kecamatan Gedangan Sidoarjo.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*; *Viral Marketing*; Minat Beli