

**PENGARUH VIRAL MARKETING, SOCIAL MEDIA INFLUENCER
DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PURCHASE
INTENTION MAYBELLINE SUPERSTAY VINYL INK PADA
KALANGAN MAHASISWA UPN VETERAN JAWA TIMUR**

USULAN PENELITIAN

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

LIDIA ANGELINA

20012010274/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2024

SKRIPSI


**PENGARUH VIRAL MARKETING, SOCIAL MEDIA INFLUENCER
DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PURCHASE
INTENTION MAYBELLINE SUPERSTAY VINYL INK PADA
KALANGAN MAHASISWA UPN VETERAN JAWA TIMUR**

Disusun Oleh :

LIDIA ANGELINA
20012010274 / 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 : 03 Juli 2024

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Pembimbing Utama


Ugy Soebiantoro, SE., MM
NIP. 196708182021211001

Pembimbing 2


Nurkholish Majid, SE., MM
NIP. 20119920928228

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Lidia Angelina

N P M : 20012010274

N I K : 3508105304020003

Tempat / Tgl Lahir : Lumajang, 13 April 2002

Alamat Rumah : Jl Kh Wahid Hasyim GG 06, RT/RW 003/002, Citrodiwangsan

Judul Artikel : Pengaruh Viral Marketing, Social Media Influencer dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Maybelline Superstay Vinyl Ink Pada Kalangan Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dan bukan dari saduran / terjemahan / plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme, maka saya bersedia apabila kelulusan dan gelar akademik yang sudah saya raih dibatalkan.

Surabaya, 11 Juli 2024

Yang menyatakan,



Lidia Angelina
20012010274

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH VIRAL MARKETING, SOCIAL MEDIA INFLUENCER DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PURCHASE INTENTION MAYBELLINE SUPERSTAY VINYL INK PADA KALANGAN MAHASISWA UPN VETERAN JAWA TIMUR”**.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun semua pihak.

Dalam penyusunan skripsi ini mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materiil. Sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat saya mengucapkan terima kasih yang sebanyak – banyaknya khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT,. IPU selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE,M.Si, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Nurlkholish Majid, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan saran yang sangat berharga serta kesabaran dan perhatiannya dalam penulisan penelitian ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah membantu memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
6. Seluruh staf perpustakaan dan staf karyawan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan pelayanan dan membantu kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua, kedua kakak dan saudara yang selalu mendoakan, memberi dukungan dan semangat baik materil dan non materil dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Orang – orang terdekat saya serta teman – teman saya selama masa perkuliahan yang sudah membantu dan memberikan dukungan kepada saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, 24 April 2024

Lidia Angelina

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2 Landasan Teori	23
2.2.1 Pemasaran	23
2.2.2 Sosial Media Marketing.....	25
2.2.3 Viral Marketing.....	27
2.2.4 Social media Influencer	29
2.2.5 Online Customer Review.....	32
2.2.6 Purchase Intention.....	34
2.3 Hubungan Antar Variabel	35
2.3.1 Pengaruh Viral Marketing Terhadap Purchase Intention	35
2.3.2 Pengaruh Social media Influencer Terhadap Purchase Intention	36
2.3.3 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention.....	37
2.4 Kerangka Konseptual	38
2.5 Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Definisi Operasional.....	40
3.1.1 Variabel Independen (X)	40

3.1.2 Variabel Dependen (Y).....	43
3.1.3 Pengukuran Variabel.....	44
3.2 Teknik Penentuan Sampel	45
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	47
3.3.1 Sumber dan Jenis Data.....	47
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.4.1 Uji Validitas	48
3.4.2 Uji Reliabilitas	49
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	49
3.5.1 Teknik Analisis Data	49
3.5.2 Model Indikator	49
3.5.3 Cara Kerja PLS	51
3.5.4 Langkah – Langkah PLS.....	52
3.5.5 Asumsi PLS	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.2 Karakteristik Responden	60
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	60
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Program Studi	61
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	62
4.3 Deskripsi Variabel.....	63
4.3.1 Deskripsi Variabel Viral Marketing	63
4.3.2 Deskripsi Variabel Social media Influencer	65
4.3.3 Deskripsi Variabel Online Customer Review.....	67
4.3.4 Deskripsi Variabel Purchase Intention	69
4.4 Deskripsi Hasil Analisis Data.....	71
4.4.1 Uji Instrumen	71
4.4.2 Uji Kecocokan Model.....	75

4.4.3 Uji Hipotesis	76
4.5 Pembahasan	77
4.5.1 Pengaruh Viral Marketing Terhadap Purchase Intention	77
4.5.2 Pengaruh Social media Influencer terhadap Purchase Intention	78
4.5.3 Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Prediksi angka pengguna e-commerce di Indonesia 2024	3
Gambar 1.2 Daftar 10 negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia Tahun 2023	4
Gambar 1. 3 Top Brand Award kategori “Lipstik” Tahun 2024	6
Gambar 1. 4 Konten Viral Maybelline Superstay Vinyl Ink	10
Gambar 1. 5 TikTok Influencer yang membahas Maybelline Superstay Vinyl Ink	13
Gambar 1. 6 Online Customer Review pada TikTok Shop Maybelline Indonesia	16
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 3.1 Model Indikator Reflektif.....	50
Gambar 3. 2 Model Indikator Formatif.....	51
Gambar 3.3 Model diagram jalur	53
Gambar 4. 1 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Views, like, comment, save dan share pada content	10
Tabel 1.2 Data Views, like, comment, save dan share pada content TikTok	13
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil jawaban Responden Mengenai Viral marketing (X1)	63
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil jawaban Responden Mengenai Social media Influencer (X2)	65
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil jawaban Responden Mengenai Online Customer Review (X3).....	67
Tabel 4. 7 Frekuensi Hasil jawaban Responden Mengenai Purchase Intention (Y)	69
Tabel 4. 8 Outer Loading	71
Tabel 4. 9 Cross Loading	73
Tabel 4. 10 Composite Realibility & AVE	74
Tabel 4. 11 R-Square.....	75
Tabel 4. 12 T Statistic & P Value	76

ABSTRAK

Maybelline Vinyl Ink ini pertama kali launched pada 29 Juli 2022 dan berhasil viral dengan mempunyai keunggulan yakni merupakan produk liquid lipstick / lipcream dengan finish look glossy dan tahan hingga 16 jam dengan color-clock formula (Maybbline.co.id, 2024). Saat ini hadir dengan lebih dari 20 jenis warna yang menarik. Maybelline Superstay Vinyl Ink berhasil viral dalam kurun waktu yang cukup lama dari 2022 – 2024 dan telah mencapai berbagai penghargaan salah satunya top brand award 2024 kategori lipstick. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Viral Marketing, Social Media Influencer dan Online Customer Review terhadap Purchase Intention Maybelline Superstay Vinyl Ink pada Kalangan Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan populasi mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur dengan sampel berjumlah 140 responden. menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa viral marketing tidak memiliki kontribusi terhadap purchase intention, sementara sosial media influencer dan online customer review memiliki kontribusi terhadap purchase intention. Temuan ini mengindikasikan bahwa rekomendasi influencer dan ulasan pelanggan memiliki peran penting dalam membentuk purchase intention terhadap produk kosmetik pada kalangan mahasiswa dibandingkan dengan keberhasilan pemasaran viral.

Keyword : Viral Marketing, Social Media Influencer dan Online Customer Review, Purchase Intention