

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *VIRAL MARKETING* TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW DI JAKARTA

Oleh :

Nama : Alfinsius Karyadi

Nim : 28180206

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2022

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN VIRAL MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW DI JAKARTA**

Diajukan oleh :

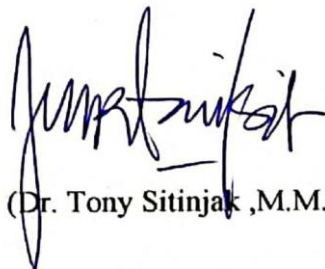
Nama : Alfinsius Karyadi

NIM : 28180206

Jakarta, 21 Agustus 2022

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Dr. Tony Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Alfinsius Karyadi / 28180206 / 2022 / Pengaruh *Brand Image* dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Jakarta / Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Saat ini persaingan di bidang *mobile commerce* atau perdagangan seluler semakin ketat, baik itu perusahaan yang bergerak di bidang industri maupun jasa. Hal ini disebabkan karena perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju. Menghadapi persaingan yang sangat ketat, perusahaan berusaha keras untuk menarik konsumen agar tidak kalah dengan pesaing lainnya. Semakin meningkatnya persaingan bisnis di bidang kosmetik membuat perusahaan melakukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan dan tren yang ada saat ini. Semakin banyak pesaing maka semakin banyak pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya, sehingga konsekuensinya adalah perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam memasarkan dan menjual produknya agar menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini khususnya akan membahas mengenai *brand image* dan *viral marketing* untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap produk Ms Glow.

Teori yang dipakai di dalam penelitian ini adalah *brand image*, *viral marketing* dan keputusan pembelian. Ada dua jenis variabel yang di pakai dalam penelitian ini, yaitu variabel independent dan dependen. Variabel independent terdiri *brand image* dan *viral marketing*, sedangkan variabel dependen terdiri dari keputusan pembelian.

Objek penelitian ini adalah produk kosmetik Ms Glow. Metode penelitian yang dipakai adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan dengan menyebarkan responden melalui google form kepada 140 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik judgement sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *viral marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan supaya Ms Glow diharapkan selalu memberikan produk yang baik dan menarik dengan keinginan konsumen, sehingga setelah citra merek terbangun dengan baik konsumen memiliki preferensi dalam melakukan pembelian terhadap produk Ms Glow

Kesimpulan penelitian ini adalah *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow, dimana *brand image* ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen dan *viral marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow, dimana *viral marketing* ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Viral Marketing*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Alfinsius Karyadi / 28180206 / 2022 / *The Influence of Brand Image and Viral Marketing on the Decision to Purchase Ms Glow Products in Jakarta* / Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Currently, the competition in the field of mobile commerce or mobile commerce is getting tougher, be it companies engaged in industry or services. This is due to the development of increasingly advanced science and technology. Facing very tight competition, the company is trying hard to attract consumers so as not to lose to other competitors. The increasing business competition in the cosmetics sector makes the company carry out the right marketing strategy so that its business can survive and win the competition and current trends. The more competitors, the more choices for customers to be able to choose products that match their expectations, so the consequence is that companies are required to be more creative in marketing and selling their products in order to attract consumers to buy these products. Therefore, this study will specifically discuss brand image and viral marketing to determine the level of consumer purchasing decisions for Ms Glow products.

The theory used in this research is brand image, viral marketing and purchasing decisions. There are two types of variables used in this study, namely independent and dependent variables. The independent variable consists of brand image and viral marketing, while the dependent variable consists of purchasing decisions.

The object of this research is Ms Glow cosmetic product. The research method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Data were collected by distributing respondents via google form to 140 respondents. Sampling was done by using judgment sampling technique.

The results of this study indicate that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions and viral marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on the results of the study, the researcher suggests that Ms Glow is expected to always provide good and attractive products with consumer desires, so that after the brand image is well established, consumers have preferences in making purchases of Ms Glow products

The conclusion of this study is that brand image has a positive effect on purchasing decisions for Ms Glow products, where brand image has a strong influence on consumer purchasing decisions and viral marketing has a positive effect on purchasing decisions for Ms Glow products, where viral marketing has a strong influence on purchasing decisions. consumer.

Keywords: Brand Image, Viral Marketing, Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Image dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow di Jakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan dari rintangan yang peneliti hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Drs. Tony Sitinjak, M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menempuh studi.
3. Kedua orang tua dan keluarga besar peneliti yang senantiasa mendukung, menghibur, dan mendoakan peneliti selama proses penyusunan skripsi.
4. Nathanael, Stanley Andika, Angella Oktora, Gregorius Sandika, Daniel, dan Marchell Kurniawan selaku sahabat terdekat peneliti yang senantiasa memberikan bantuan, dukungan dan hiburan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.





Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti sangat menghargai setiap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, 21 Agustus 2022

Alfinsius Karyadi

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	2
ABSTRAK	3
ABSTRACT	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
D. Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
F. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teoritis	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Obyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
C. Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
SIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 1	19
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu 2	20
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu 3	20
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu 4	21
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu 5	21
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel <i>Brand Image</i>	27
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel <i>Viral Marketing</i>	28
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	28
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	40
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	41
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Viral Marketing</i>	42
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	45
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Viral Marketing</i>	45
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.10	Mean dan Confidence Interval Variabel <i>Brand Image</i>	46
Tabel 4.11	Mean dan Confidence Interval Variabel <i>Viral Marketing</i>	48

© Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dari menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.12	Mean dan Confidence Interval Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas Residual.....	51
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.16	Pengujian Kesesuaian Model	52
Tabel 4.17	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	53
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi	54

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total Penjualan Skincare Terlaris di E-Commerce	2
Gambar 1.2 Platform Media Sosial di Indonesia Tahun 2021	3
Gambar 4.1 Logo Ms Glow.....	38

© Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	61
Lampiran 2	Data Kuesioner (N=140)	65
Lampiran 3	Hasil Output Validitas Reliabilitas	69
Lampiran 4	Hasil Output Analisis Deskriptif	70
Lampiran 5	Hasil Pengujian Asumsi Klasik	74
Lampiran 6	Hasil Uji F	75
Lampiran 7	Hasil Uji T	75
Lampiran 8	Hasil Uji R ²	75
Lampiran 9	Hasil Pengecekan Turnitin	76

© Halicipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.