

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK KOMPOS DENGAN
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Konsumen Pupuk Kompos Qirama di Kabupaten Magetan)**

SKRIPSI



OLEH

TITHA DWI RIZKIRIANITHA

2003102213

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

JULI 2024

**PENGARUH VIRAL MARKETING DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK KOMPOS DENGAN
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Konsumen Pupuk Kompos Qirama di Kabupaten Magetan)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Manajemen

**OLEH
TITHA DWI RIZKIRIANITHA
2003102213**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN
JULI 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Titha Dwi Rizkiranitha telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 25 Juli 2024

Pembimbing I,



Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M
NIDN. 0713058001

Madiun, 25 Juli 2024

Pembimbing II,

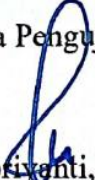


Hendra Setiawan, S.E., M.M
NIDN. 0702089403

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Titha Dwi Rizkiranitha ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Kamis tanggal 01 Agustus 2024.


Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305


Ketua


Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802

Sekretaris


Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.
NIDN. 0713058001

Anggota


Hendra Setiawan, S.E., M.M.
NIDN. 0702089403

Anggota


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Anggota

Mengetahui,
Kepala Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si. A.K., CA., CPA.
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Kaprod S1 Manajemen

Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305



PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Titha Dwi Rizkiranitha

NIM : 2003102213

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan pikiran atau tulisan orang lain yang kemudian saya akui sebagai karya tulis saya. Apabila kemudiann hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima konsekuensi dan sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 18 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Titha Dwi Rizkiranitha

NIM. 2003102213

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Hidup yang tidak dipertaruhkan,tidak akan pernah dimenangkan"

Janganlah berhenti untuk selalu berbuat baik, sejatinya hidup hanyalah sebuah hubungan timbal balik 😊

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA :

Suami saya tercinta, anak semata wayang saya shafa ayumna, keluarga tercinta dan dan untuk dosen pembimbing saya yang tidak mempersulit mahasiswanya untuk mendapatkan gelarnya serta teman- teman yang telah memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur selalu terpanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : “Pengaruh *Viral Marketing* dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Kompos dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Pupuk Kompos Qirama Kabupaten Magetan)”.

Penelitian skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan S-1 Pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan lancar karena tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd., selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Dr. Anggita Langgeng W., S.E., M.Si., Ak., C.A., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Dr. Apriyanti, S.E., M.M., CPSMM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
4. Ibu Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan segenap ilmu, bimbingan serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Bapak Hendra Setiawan, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan segenap ilmu, bimbingan serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama di perkuliahan, semoga ilmu yang diberikan bermanfaat.
7. Keluarga tercinta khususnya untuk suami saya tercinta yang telah memberikan dukungan, bantuan secara moral dan material serta doa yang tak henti-hentinya terpanjatkan.
8. Untuk diri saya sendiri terimakasih karena telah berjuang melawan kemalasan sehingga bisa berada di titik ini
9. Semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kelengkapan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih dan berharap bahwa skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Madiun, 25 Juli 2024

Titha Dwi Rizkiranitha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PANITIA UJIAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	13
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian	15
E. Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	18
A. Kajian Pustaka	18
1. Manajemen Pemasaran	18
2. Grand Theory	21
3. Keputusan Pembelian	22
4. <i>Viral Marketing</i>	25
5. Kepercayaan Pelanggan	28
6. Minat Beli	32
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Berfikir	43
D. Pengembangan Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Tempat dan Waktu Penelitian	54

TABEL GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2024	2
Gambar 1.2 Grafik Penjualan Pupuk Kompos Qirama	6
Gambar 2.1 Teori Perilaku Perencanaan	21
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	39
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	64
Gambar 4.2 Merek Pupuk	65
Gambar 4.3 Uji <i>Outer Model</i>	78
Gambar 4.4 Uji <i>Inner Model</i>	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	49
Tabel 3.2 Definisi Operasional	54
Tabel 3.3 Skala Likert	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	69
Tabel 4.5 Frekuensi Belanja	70
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Viral Marketing</i> (X1)	71
Tabel 4.7 Deskriptif Kepercayaan Pelanggan (X2)	73
Tabel 4.8 Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	75
Tabel 4.9 Deskriptif Minat Beli (Z)	77
Tabel 4.10 <i>Outer Loadings</i>	80
Tabel 4.11 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	81
Tabel 4.12 Nilai <i>Discriminant Validity</i>	82
Tabel 4.13 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Combrach Alpha</i>	83
Tabel 4.14 Uji <i>R-Square</i>	84
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Model Fit	85
Tabel 4.16 Uji Hipotesis (<i>Path Coefficients</i>)	86
Tabel 4.17 Uji Hipotesis (<i>Specific Indirect Effect</i>)	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	126
Lampiran 2. Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden	135
Lampiran 3. Hasil Uji Outer Model	139
Lampiran 4. Hasil Uji Inner Model	139
Lampiran 5. Hasil Uji Convergent Validity	140
Lampiran 6. Nilai Average Variance Extracted	140
Lampiran 7. Hasil Uji Discriminant Validity	141
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas	141
Lampiran 9. Hasil Uji R-Square	141
Lampiran 10. Hasil Uji Model Fit	141
Lampiran 11. Hasil Uji Hipotesis (Path Coefficients)	142
Lampiran 12. Hasil Uji Hipotesis (Specific Indirect Effects)	142

