

**Pengaruh Testimoni, Kualitas Pelayanan, dan *Viral Marketing* terhadap
Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee.**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Galuh Anggraeni

19.92.0193

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUH 2023**

**Pengaruh Testimoni, Kualitas Pelayanan, dan *Viral Marketing* terhadap
Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana pada
Program Studi S1 Kewirausahaan



Disusun oleh:

Galuh Anggraeni

19.92.0193

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUH 2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

Pengaruh Testimoni, Kualitas Pelayanan, dan *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Galuh Anggraeni

19.92.0193

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 25 September 2023

Dosen Pembimbing,



Tanti Prita Hapsari, SE, M.Si

NIK. 190302303

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Pengaruh Testimoni, Kualitas Pelayanan, dan *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Galuh Anggraeni

19.92.0193

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 31 Juli 2023

Nama Penguji

Tanti Prita Hapsari, SE., M.Si
NIK. 190302303

Reza Widhar Pahlevi, S.E., M.M
NIK. 190302587

Yusuf Amri Amrullah, S.E., M.M
NIK. 190302308

Tanda Tangan

Tan

R

Yusuf

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S. Bns)

25 September 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 24 September 2023



Garuh Anggraeni

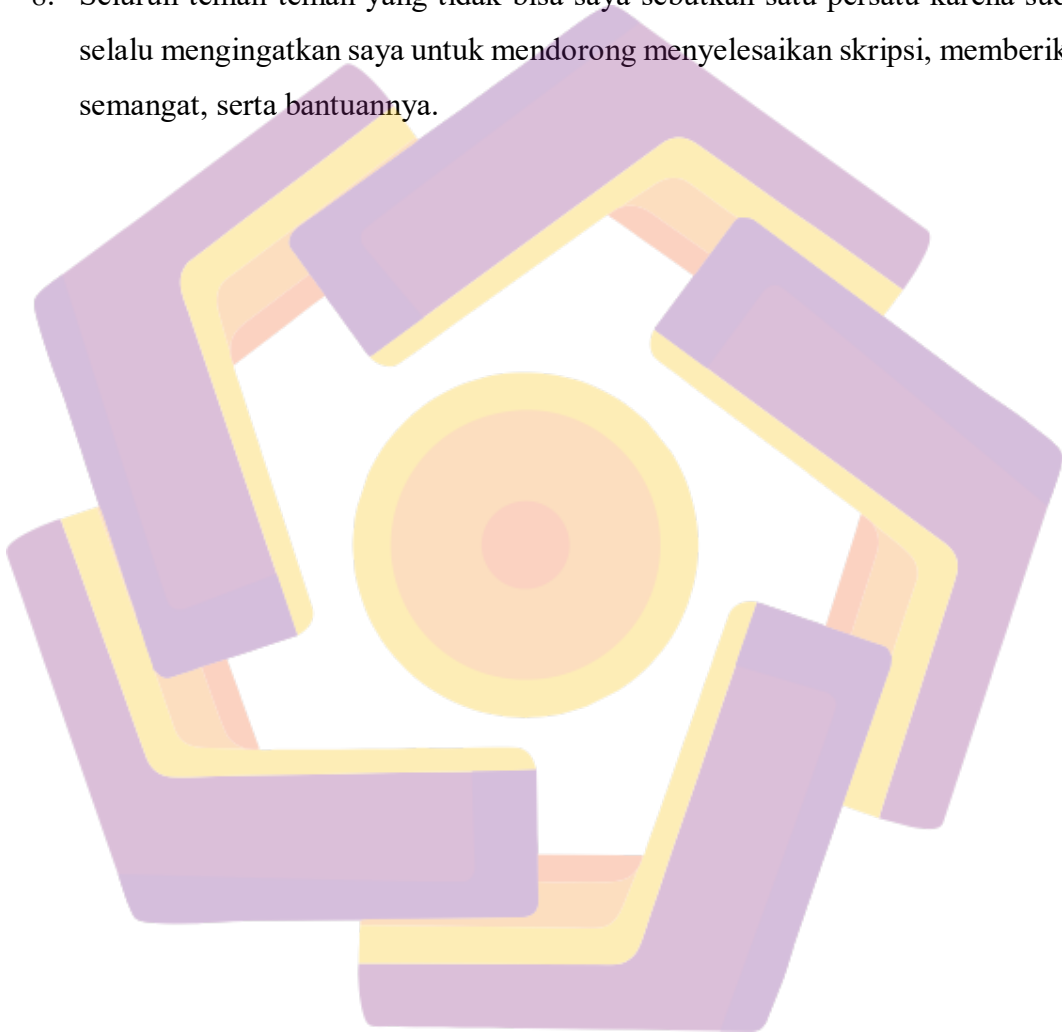
NIM. 19.92.0193

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai kewajiban mahasiswa. Sholawat serta salam saya haturkan kepada Nabi Muhammada SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang seperti saat ini. Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Orang tua ku, Alm. Bapak Tasminanto dan Ibu Jiwati yang selalu memberikan kasih sayang yang tak kurang, mendidik dengan penuh cinta dan kesabaran, serta yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk anak-anaknya. Semoga ini menjadi langkah awal yang baik untuk membuat Bapak dan Ibu Bahagia, karena kusi selama ini belum bisa berbuat lebih.
2. Semua saudara kandungku khususnya kakak perempuan, Lisa Lindawati yang sudah membiayai selama berkuliah di Universitas Amikom Yogyakarta dan selalu memberikan dukungan serta nasehat dengan sabar dan penuh kasih sayang. Serta seluruh kakakku, Aswan Riyadiyanto, Istiqomah, Imron Rosadi, dan keponakanku Akhdan, Qalista, Kahiyang.
3. Diri saya sendiri Galuh Anggraeni yang sudah bertahan sampai detik ini dan sampai ditahap ini, meskipun banyak melewati banyak masalah dan kendala sampai menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Tanti Priya Hapsari, SE, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta memberikan banyak masukan untuk menyempurnakan penelitian ini dengan sabar.
5. Seluruh Dosen dan staf Program Studi S1 Kewirausahaan yang sudah memberikan banyak pelajaran dan pengalaman selama masa perkuliahan serta seluruh teman-teman yang sudah memberikan banyak pengalaman dan dukungan.
6. Keluarga besar Universitas Amikom Yogyakarta semoga tetap semangat dalam memberikan perkuliahan untuk lebih baik lagi.

7. Temanku dengan inisial D yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dorongan, dan membantu ketika dibutuhkan serta mau menjadi tempat berkeluh kesah dibergai hal. Terima kasih sudah menjadi teman yang mau menemani selama proses ini. Semoga semua kebaikan dibalas oleh Allah SWT dan kita bisa sukses meraih mimpi kita bersama.
8. Seluruh teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu karena sudah selalu mengingatkan saya untuk mendorong menyelesaikan skripsi, memberikan semangat, serta bantuannya.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat peneliti selesaikan sesuai yang diharapkan. Skripsi ini dibuat dengan maksud untuk memenuhi syarat menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi S1 Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa peneliti telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi sesuai dengan diharapkan berkat bantuan dari semua pihak. Peneliti selaku mahasiswa yang membuat skripsi ini mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta)
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Suyatmi, S.E.,M.M (Kaprosdi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Tanti Prita Hapsari, SE, M. SI selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan membimbing saya dengan sabar dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi
5. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan kesediaannya dalam mengisi kuesioner, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kedua orang tua, saudara, dan keponakan yang selalu mendoakan dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini dengan lancar.
7. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih sudah selalu mendukung dan mendoakan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

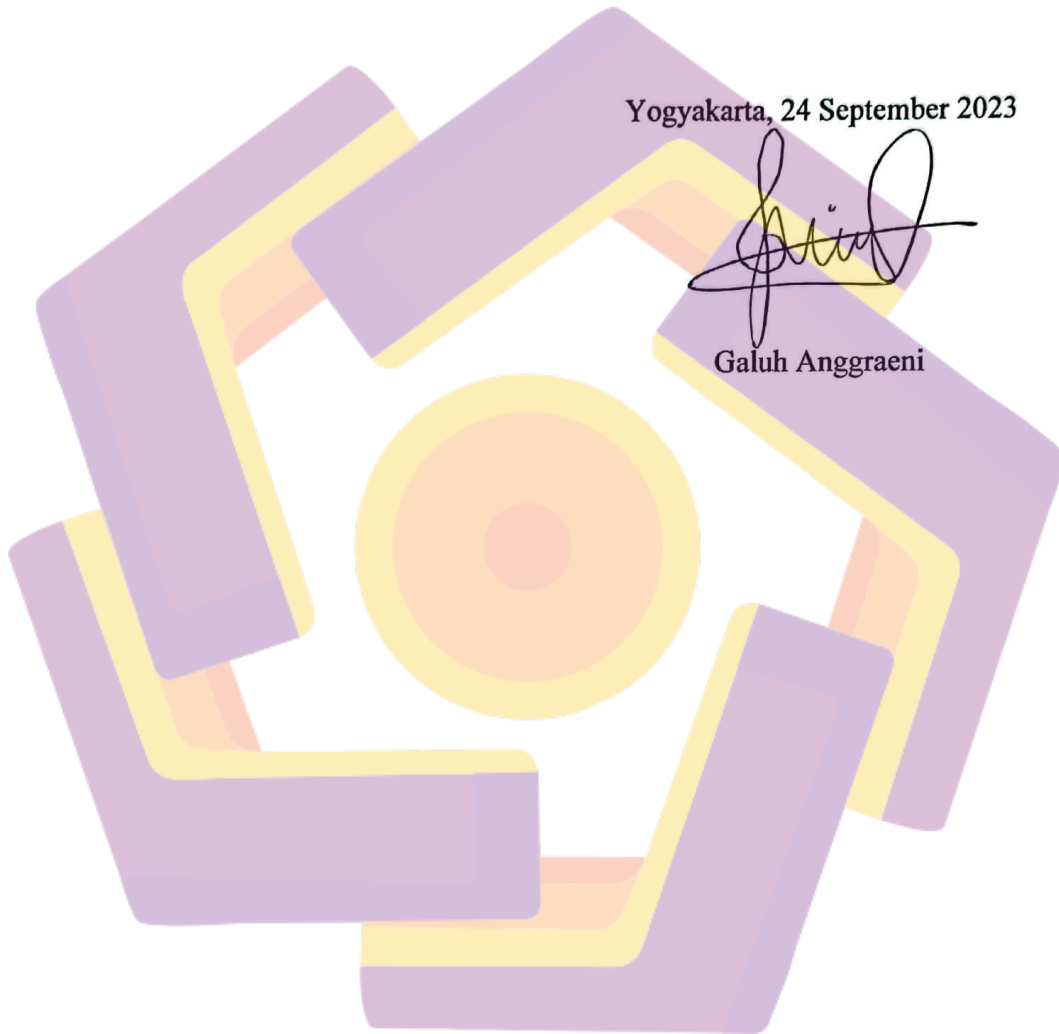
Demikian yang dapat penulis sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wasalamualaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

Yogyakarta, 24 September 2023



Galuh Anggraeni



DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
<i>ABSTRAK</i>	xvii
RINGKASAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teoritis	11
2.1.1 Testimoni	11
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.3 <i>Viral marketing</i>	12
2.1.4 Keputusan Pembelian	14
2.1.5 Pengaruh Testimoni terhadap Keputusan Pembelian	15
2.1.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	15
2.1.7 Pengaruh <i>Viral marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	16
2.1.8 Pengaruh Testimoni, Kualitas Pelayanan, <i>Viral marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	16

2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....	17
2.3 Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODELOGI PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.2.1 Data Primer	20
3.2.2 Data Sekunder.....	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.3.1 Data Primer.....	20
3.3.2 Data Sekunder.....	21
3.4 Populasi dan Sampel.....	22
3.4.1 Populasi	22
3.4.1 Sampel	22
3.5 Variabel Penelitian.....	22
3.5.1 Variabel Independen	22
3.5.2 Variabel Dependen	23
3.6 Definisi Operasional Variabel	23
3.7 Uji Instrumen.....	25
3.7.1 Uji Validitas	25
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	25
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.8 Teknik Analisis Data	27
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	27
3.8.2 Uji Hipotesis	28
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	30

4.1 Hasil Pembagian Koesioner	30
4.2 Deskripsi Responden	30
4.3 Hasil Uji Instrumen	44
4.3.1 Uji Validitas	44
4.3.2 Uji Reliabilitas	50
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4 Hasil Analisis Data.....	54
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.4.2 Uji Hipotesis	55
4.5 Pembahasan	57
4.5.1 Pengaruh testimoni terhadap keputusan pembelian pada marketpace Shopee.....	57
4.5.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada marketpace Shopee.....	58
4.5.3 Pengaruh <i>viral marketing</i> terhadap keputusan pembelian pada marketpace Shopee.....	58
4.5.4 Pengaruh testimoni, kualitas pelayanan, dan <i>viral marketing</i> terhadap keputusan pembelian pada marketpace Shopee.....	59
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 KESIMPULAN.....	60
5.2 SARAN.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65
<i>Lampiran 1. Kuesioner Penelitian</i>	66
<i>Lampiran 2. Tabulasi Data Responden Penelitian</i>	71

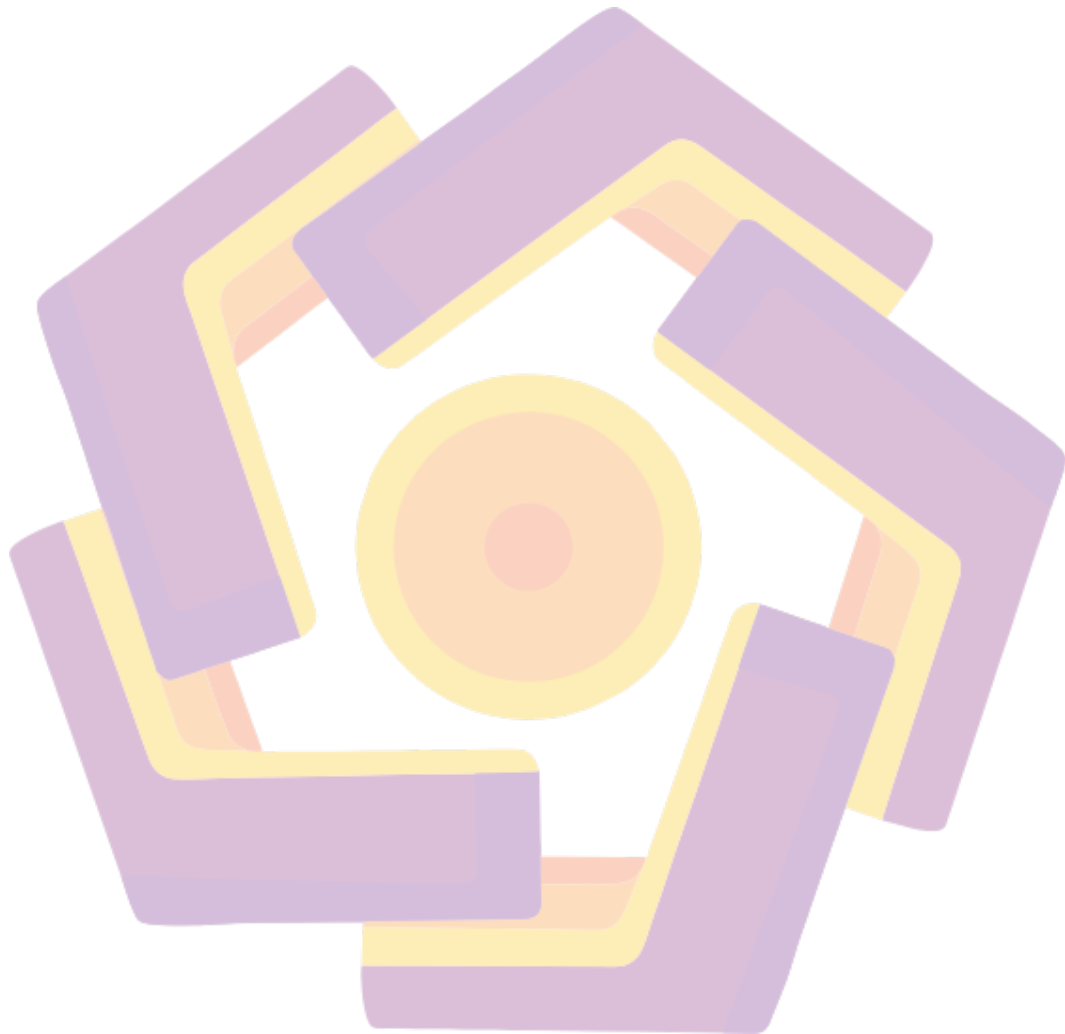
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert	21
Tabel 3. 2 Tabel Definisi Operasional Variabel	23
Tabel 4. 1 Uji Validitas Testimoni Sampel Kecil	44
Tabel 4. 2 Uji Validitas Testimoni Sampel Besar.....	45
Tabel 4. 3 Uji Validitas Kualitas Pelayanan Sampel Kecil.....	46
Tabel 4. 4 Uji Validitas Kualitas Pelayanan Sampel Besar.....	46
Tabel 4. 5 Uji Validitas Viral Marketing Sampel Kecil.....	47
Tabel 4. 6 Uji Validitas Viral Marketing Sampel Besar	48
Tabel 4. 7 Uji Validitas Keputusan Pembelian Sampel Kecil	48
Tabel 4. 8 Uji Validitas Keputusan Pembelian Sampel Besar	49
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Sampel Kecil	50
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Sampel Besar	50
Tabel 4. 11 Uji Normalitas	51
Tabel 4. 12 Uji Multikolinieritas.....	52
Tabel 4. 13 Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4. 14 Uji Autokorelasi.....	53
Tabel 4. 15 Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4. 16 Uji T.....	55
Tabel 4. 17 Uji F	56
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi (R^2).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet Tahun 2022.....	2
Gambar 1. 2 Jumlah Pengunjung Situs E-Commerce Bulan Agustus 2022	3
Gambar 1. 3 Iklan Shopee Youtube.....	5
Gambar 1. 4 Iklan Shopee dengan Artis Viral	5
Gambar 1. 5 Iklan Shopee Tanggal Kembar.....	6
Gambar 4. 1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	30
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Alamat Intansi	31
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Kepemilikan Akun Shopee	31
Gambar 4. 4 Diagram Responden Berdasarkan Pembelian	32
Gambar 4. 5 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 1.....	32
Gambar 4. 6 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 2.....	33
Gambar 4. 7 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 3.....	33
Gambar 4. 8 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 4.....	34
Gambar 4. 9 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 5.....	34
Gambar 4. 10 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 6.....	35
Gambar 4. 11 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 7.....	35
Gambar 4. 12 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 8.....	36
Gambar 4. 13 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 9.....	36
Gambar 4. 14 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 10.....	37
Gambar 4. 15 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 11.....	37
Gambar 4. 16 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 12.....	38
Gambar 4. 17 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 13.....	38
Gambar 4. 18 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 14.....	39
Gambar 4. 19 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 15.....	39
Gambar 4. 20 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 16.....	40
Gambar 4. 21 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 17.....	40
Gambar 4. 22 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 18.....	41
Gambar 4. 23 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 19.....	41

Gambar 4. 24 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 20.....	42
Gambar 4. 25 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 21.....	42
Gambar 4. 26 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 22.....	43
Gambar 4. 27 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 23.....	43
Gambar 4. 28 Jawaban Responden Pernyataan Nomer 24.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden Penelitian	71



ABSTRAK

This study aims to determine the effect of testimonials, service quality, and viral marketing on purchasing decisions on the Shopee marketplace. The sample in this study is students in the Special Region of Yogyakarta. The population of this study are students who have a Shopee account and have made purchases at the Shopee marketplace. This type of research is quantitative with sampling techniques non probability sampling and the type of method used purposive sampling. The data collection method uses a questionnaire that is distributed online using the Google Form. The number of respondents in this study were 120 respondents. Data is processed using SPSS 25 for Windows. The results of this study indicate that the variable testimonials (X1), service quality (X2), and viral marketing (X3) partially has a significant effect on purchasing decisions (Y) which is supported by testing multiple linear regression analysis with the equation $Y = 9.300 + 0.336 X1 + 0.426 X2 + 0.258 X3 + e$ and the results of the t test with a significant value of each variable is more than 0.05. Testimonials variable (X1), service quality (X2), and viral marketing (X3) simultaneously has a significant effect on purchasing decisions (Y) which is supported by the results of the f test with a significant value of 0.000 less than 0.05 and the results of the test of the coefficient of determination with a value Adjusted R Square of 0.467 or 46.7%.

Keywords : testimonials, service quality, viral marketing, purchasing decisions.

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh testimoni, kualitas pelayanan, dan viral marketing terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa yang memiliki akun Shopee dan sudah pernah melakukan pembelian pada marketplace Shopee. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dan jenis metode yang dipakai *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar secara online menggunakan Google Form. Jumlah responden dalam penelitian ini ada 120 responden. Data diolah menggunakan SPSS 25 for Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel testimoni (X1), kualitas pelayanan (X2), dan *viral marketing* (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang didukung oleh pengujian analisis regresi linear berganda dengan persamaan $Y = 9,300 + 0,336 X1 + 0,426 X2 + 0,258 X3 + e$ dan hasil uji t dengan nilai signifikan masing – masing variabel lebih dari 0,05. Variabel variabel testimoni (X1), kualitas pelayanan (X2), dan *viral marketing* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang didukung oleh hasil uji f dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 serta hasil uji koefisien determinasi dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,467 atau 46,7%.

Kata kunci : testimoni, kualitas pelayanan, *viral marketing*, keputusan pembelian.