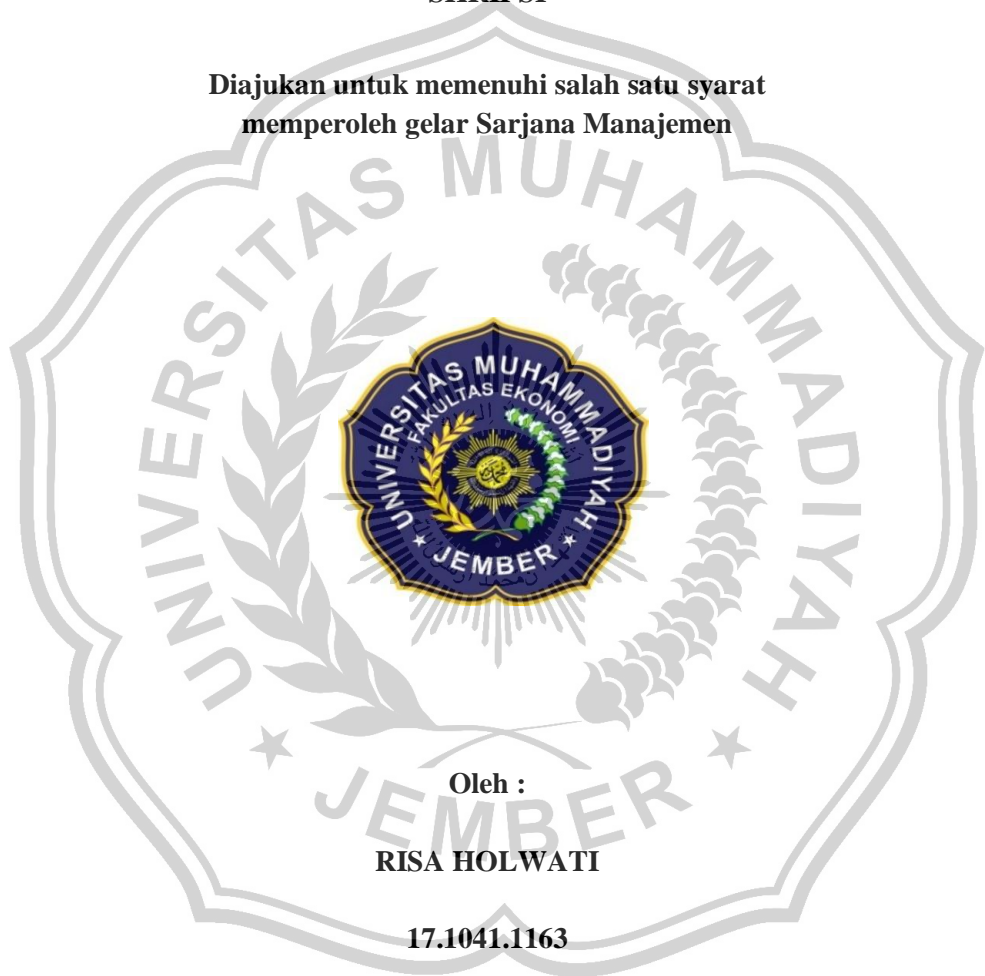


PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *ONLINE MARKETING*, DAN *STORE LOCATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA UMKM ARSA HOLTIKULTURA DESA KARANGSONO)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh :
RISA HOLWATI**

17.1041.1163

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Risa Holwati

NIM : 1710411163

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *PENGARUH VIRAL MARKETING, ONLINE MARKETING, DAN STORE LOCATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA UMKM ARSA HOLTIKULTURA DESA KARANGSONO)*, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 24 Juni 2021

Yang menyatakan,



Risa Holwati

NIM. 17.1041.1163

SKRIPSI

PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *ONLINE MARKETING*, DAN *STORE LOCATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA UMKM ARSA HOLTIKULTURA DESA KARANGSONO)

Oleh :

RISA HOLWATI

NIM.17.1041.1163

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Trias Setyowati SH, SE, MM



Dosen Pembimbing Pendamping : Tatit Diansari R.SE., MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh *Viral Marketing, Online Marketing, Dan Store Location* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada UMKM Arsa Holtikultura Desa Karangsono), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :


Hari : Kamis
Tanggal : 10 Juni 2021
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
Nama : Risa Holwati
NIM : 1710411163

Tim Penguji,


Dra. Retno Endah Supeni., MM

NPK : 95 10 256

Anggota 1,


Trias Setyowati, SH, SE, MM
NPK. 05 09 477

Anggota 2,


Tatit Diansari R SE, MM.
NPK. 1990032111703804

Mengesahkan :



Maheni Her Sari, SE, MM
NIP. 197708112005012001



Achmad Husan Hafidzi SE, MM
NPK. 19860514.1.1703796

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah saya ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya yang selalu memberikan kekuatan, kesabaran dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Keluarga saya terutama kepada kedua orang tua Ayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungan dan do'a yang tiada hentinya hingga sampai saat ini saya bisa menyelesaikan bidang perkuliahan ini, serta kedua saudara saya sebagai salah satu motivasi saya.
2. Dra. Retno Endah Supeni., MM selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan dan bimbingan kepada penulis.
3. Kedua Pembimbing saya, Ibu Trias Setyowati, SH, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Tatit Diansari R, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar.
4. Teman saya yang sangat baik hati Ivan Fadhillah Budiarto, Muhammad Dodik, Tutik Alawiyah, dan Riif Maftahah yang selalu memberi semangat dan support untuk menyelesaikan skripsi serta menemani di detik-detik terakhir perkuliahan ini.
5. Semua teman – teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk semua orang yang saya cintai. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah : 6 – 8)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(Qs. Ar-ra'd : 11)



KATA PENGANTAR

Puji Syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada mahluk-Nya. Sholawat serta salam senantiasa dihadiahkan bagi baginda alam Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga. Alhamdulillah akhirnya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Viral Marketing, Online Marketing, Dan Store Location* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada UMKM Arsa Holtikultura Desa Karangsono)”.

Dalam kesempatan ini, peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Ibu Trias Setyowati, SH, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Tatit Diansari R, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Dra. Retno Endah Supeni., MM selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh staff pengajar/dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Orang tua dan saudara yang memberikan semangat dan do'anya.
7. Teman-teman seperjuangan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember 2021.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun peneliti berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang

membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran. Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua Amin.

Jember, 24 Juni 2021

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 Manajemen dan Pemasaran	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran	13
2.1.3 Bauran Pemasaran	13
2.1.4 Strategi Pemasaran	14
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.6 Entrepreneurial Marketing	18
2.1.7 Viral Marketing	19
2.1.8 Electronic Marketing	21
2.1.9 Online Marketing.....	22
2.1.10 Lokasi	23
2.1.11 Media Sosial	23
2.1.12 Facebook	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Konseptual	33
2.4 Hipotesis	33
BAB 3 METODE PENELITIAN	36

3.1 Identifikasi Variabel.....	36
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.3 Desain Penelitian.....	38
3.4 Jenis Data Penelitian	39
3.5 Pengukuran Variabel	39
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	39
3.6.1 Populasi	39
3.6.2 Sampel	39
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel	39
3.7 Teknik Pengambilan Data	40
3.8 Teknik Analisis Data.....	40
3.8.1 Uji Instrumen Data	40
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.8.3 Analisis Regresi Berganda.....	42
3.8.4 Pengujian Hipotesis	42
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Sejarah Singkat Arsa Holtikultura	44
4.1.2 Visi dan Misi	45
4.1.3 Struktur Organisasi Arsa Holtikultura	45
4.1.4 Aspek Personalia	47
4.1.5 Aspek Pemasaran.....	48
4.1.6 Aspek Operasional.....	49
4.2 Penyajian Data	51
4.2.1 Statistik Deskriptif Responden	51
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	52
4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan	60
4.3.1 Hasil Penelitian.....	60
4.3.2 Pembahasan	67
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Data Jumlah Komentar Terbanyak Pada Postingan Arsa Holtikultura Di Facebook Tahun 2017-2020	6
1.2 Data Jumlah Like Terbanyak Pada Postingan Arsa Holtikultura Di Facebook Tahun 2017-2020	7
1.3 Data Jumlah Tayangan Terbanyak, Like, Komentar, Dan Postingan Dibagikan Pada Konten Siaran Langsung Arsa Holtikultura Di Facebook Tahun 2018-2020.....	7
1.4 Data Target dan Realisasi Hasil Penjualan Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) Arsa Holtikultura Di Facebook Tahun 2016-2020	9
2.1 Penelitian Terdahulu	25
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2 Responden Berdasarkan Jenis Usia	52
4.3 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Viral Marketing	53
4.4 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Online Marketing	55
4.5 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Store Location	57
4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.7 Hasil Pengujian Validitas	61
4.8 Hasil Pengujian Reabilitas	62
4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	64
4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.11 Hasil Uji T.....	66
4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1 Jumlah Pertemanan Akun Facebook Arsa Holtikultura.....	5
2.1 Proses Pembelian Konsumen	16
2.2 Kerangka Konseptual	33
4.1 Struktur Organisasi Arsa Holtikultura	46
4.2 Hasil Uji Normalitas.....	63
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner.....	78
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuisisioner.....	81
Lampiran 3. Hasil Tanggapan Responden.....	85
Lampiran 4. Uji Validitas Dan Uji Reabilitas.....	91
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda Dan Uji Hipotesis.....	97
Lampiran 6. Surat Keterangan Penelitian.....	101
Lampiran 7. Dokumentasi.....	102

