

**PENGARUH PEMASARAN VIRAL, SELEBRITI ENDORSER, KUALITAS
PRODUK, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN APLIKASI AJAIB DI MASA PANDEMI (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA JENJANG SARJANA FE UNJ)**

KARTIKO ABIMANYU

1705617022



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

***THE INFLUENCE OF VIRAL MARKETING, CELEBRITY ENDORSERS,
PRODUCT QUALITY, AND BRAND AWARENESS ON DECISIONS TO USE
AJAIB APPLICATION IN A PANDEMIC ERA (CASE STUDY ON
UNDERGRADUATE DEGREE FE UNJ STUDENTS)***

KARTIKO ABIMANYU

1705617022



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis was written to comply one of the requirements to get a Bachelor
Degree of Management at Economic Faculty of Universitas Negeri Jakarta*

BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

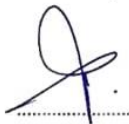

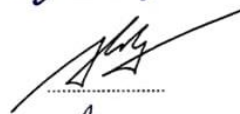

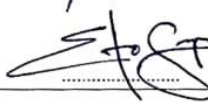
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.

NIP 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D. NIP 197412212008121001 (Ketua Sidang)	
2	Dr. Osly Usman, M.Bus NIP 197401152008011008 (Penguji 1)	
3	Shandy Aditya, BIB, MPBS NIP 198404082019031003 (Penguji 2)	
4	Prof. Dr. Suherman, M.Si NIP 197311162006041001 (Pembimbing 1)	
5	M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. NIP 197201252002121002 (Pembimbing 2)		29/01/2024
Nama : Kartiko Abimanyu No. Registrasi : 1705617022 Program Studi : S-1 Manajemen Tanggal Lulus : 15 Januari 2024			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta

Jakarta, 15 Januari
2024



Kartiko Abimanyu

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Kartiko Abimanyu
NIM : 1705617022
Fakultas/Prodi : Ekonomi / S1 Manajemen
Alamat email : Kartiko.abimanyu@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Pengaruh Pemasaran Viral, Selebriti Endorser, Kualitas Produk, dan Kesadaran Merek Terhadap

Keputusan Penggunaan Aplikasi Ajaib Di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jenjang Sarjana FE UNJ)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Januari 2024

Penulis

(Kartiko Abimanyu)
nama dan tanda tangan

ABSTRAK

Kartiko Abimanyu, 2024; Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pemasaran viral, selebriti Endorser, kualitas produk, dan kesadaran merek terhadap keputusan penggunaan aplikasi Ajaib investasi di masa pandemi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linear berganda. Regresi linear adalah teknik statistika untuk membuat model dan menyelidiki pengaruh antara satu atau beberapa variabel bebas terhadap satu variabel respon. Teknik pengambilan sampel dengan model purposive sampling dengan jumlah 339 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran viral mempengaruhi keputusan penggunaan secara positif dan signifikan; selebriti endorser tidak mempengaruhi keputusan penggunaan; kualitas produk mempengaruhi keputusan penggunaan secara positif dan signifikan; kesadaran merek mempengaruhi keputusan penggunaan secara positif dan signifikan.

Kata Kunci: Pemasaran Viral, Selebriti Endorser, Kualitas Produk, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Kartiko Abimanyu, 2024; This research was conducted to analyze the influence of viral marketing, celebrity endorsers, product quality, and brand awareness on decisions to use the Ajaib investment application during the pandemic. This research is quantitative research using an associative approach. The data analysis technique uses the multiple linear regression method. Linear regression is a statistical technique for creating models and investigating the influence of one or several independent variables on a response variable. The sampling technique was a purposive sampling model with a total of 339 respondents. The research results show that Viral marketing influences usage decisions positively and significantly, Celebrity endorsers do not influence usage decisions, Product quality influences usage decisions positively and significantly, Brand awareness influences usage decisions positively and significantly.

Keywords: *Viral Marketing, Celebrity Endorsers, Product Quality, Brand Awareness, Purchase Decisions*

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat TUHAN YME karena atas berkat dan izinnya saya dapat menyelesaikan skripsi penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Viral, Selebriti Endorser, Kualitas Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ajaib Di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jenjang Sarjana Fe Unj)” dengan baik.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis mendapat banyak sekali bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara materil maupun moril, oleh karena itu maka penulis ingin mengucapkan banyak sekali terima kasih, terutama kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Dr. Suherman, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang berjasa selalu dalam membimbing penulisan dan pengarahan dalam penyusunan Skripsi ini.
4. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing II yang berjasa selalu dalam membimbing penulisan dan pengarahan dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Para Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang selama ini memberikan materi pengajaran terkait studi di dalam program studi Manajemen.
6. Orang yang sangat saya sayangi, Ibu saya yang bernama Tati Sri Mulyani dan Ayah saya yang bernama Fadi Susanto yang senantiasa mendoakan saya dan selalu mendukung penulisan dalam segala bentuk baik moril maupun materil untuk proses penyelesaian skripsi ini.
7. Orang-orang yang juga sangat berjasa dalam penyelesaian penelitian ini yang selalu menyemangati saya dan mendukung secara materil yaitu abang-abang saya yang sangat saya sayangi, Mas Bhayu, Mas Indra, dan Mas Ndaru.
8. Orang spesial yang saya sayangi yang selalu mendukung saya dalam proses menyelesaikan skripsi ini sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat

terselesaikan dengan baik, yaitu kekasih saya tercinta, Angel Afriyanti.

Selanjutnya Penulis juga menyadari bahwa masih ada banyak sekali kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk proses penyempurnaan skripsi ini agar menjadi lebih baik lagi. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian yang serupa. Penelitian ini menggunakan pedoman terbaru yang telah disebarakan oleh pihak Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 15 Januari 2024



Kartiko Abimanyu



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Teori Pendukung	13
2.1.1 Keputusan Penggunaan/ Keputusan Pembelian	13
2.1.2 Pemasaran Viral	16
2.1.3 Selebriti <i>Endorser</i>	18
2.1.4 Kualitas Produk	21
2.1.5 Kesadaran Merek	23
2.1.6 Hasil Penelitian yang Relevan	26

2.2	Kerangka Teori dan Hipotesis	35
2.2.2	Kerangka Teori dan Hipotesis	35
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	40
3.2	Desain Penelitian	40
3.3	Populasi dan Sampel	41
3.4	Pengembangan Instrumen	43
3.4.1	Operasional Variabel	43
3.4.2	Variabel Penelitian	48
3.4.3	Skala Pengukuran	49
3.5	Teknik Pengumpulan Data	50
3.6	Teknik Analisis Data	69
3.6.1	Analisis Deskriptif	71
3.6.2	Persyaratan Analisis dan Asumsi Klasik	72
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		76
4.1	Deskripsi Data	76
4.2	Teknik Analisis Data	78
4.2.1	Analisis Deskriptif	78
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	84
4.2.3	Uji Hipotesis	90
BAB V. PENUTUP		94
5.1	Kesimpulan	94
5.2	Implikasi	94
5.2.1	Implikasi Teoritis	94
5.2.2	Implikasi Praktis	95

5.3 Keterbatasan Penelitian	97
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	97
DAFTAR PUSTAKA	98
Lampiran	102
Riwayat Hidup	110

