

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *PRODUCT QUALITY*, DAN
PERCEIVED PRICE TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
MELALUI *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA PRODUK BITTERSWEET BY NAJLA**

ALFIYYAH RIZKY SHALIHAH

1707621015



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

***THE EFFECT OF VIRAL MARKETING, PRODUCT QUALITY,
AND PERCEIVED PRICE ON PURCHASE INTENTION
THROUGH BRAND IMAGE AS A MEDIATION VARIABLE ON
THE PRODUCT BITTERSWEET BY NAJLA***

ALFIYYAH RIZKY SHALIHAH

1707621015



Intelligentia - Dignitas

This thesis was prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of Education degree at the Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAMME

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2025

ABSTRAK

Alfiyyah Rizky Shalihah, 1707621015, Pengaruh *Viral Marketing*, *Product Quality*, dan *Perceived Price* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Bittersweet By Najla. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *viral marketing*, *product quality*, dan *perceived price* terhadap *purchase intention* melalui *brand image* sebagai variabel mediasi pada produk Bittersweet by Najla. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya minat beli konsumen yang dipengaruhi oleh strategi pemasaran digital, khususnya *viral marketing* melalui media sosial, serta pentingnya kualitas produk dan persepsi harga yang sesuai.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 270 responden yang merupakan konsumen Bittersweet by Najla di wilayah Jakarta, Tangerang, dan Bekasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *viral marketing*, *product quality*, dan *perceived price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*. Selain itu, *brand image* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. *Brand image* mampu memediasi pengaruh *viral marketing* dan *product quality* terhadap *purchase intention* secara signifikan. Namun, *brand image* tidak mampu memediasi pengaruh *perceived price* terhadap *purchase intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi *viral marketing* yang kuat dan kualitas produk yang baik dapat membentuk citra merek yang positif sehingga meningkatkan minat beli konsumen, sedangkan persepsi harga lebih berpengaruh langsung terhadap *purchase intention* tanpa melalui *brand image*.

Kata Kunci: *Viral marketing*, *Product quality*, *Perceived price*, *Brand image*, *Purchase intention*, Bittersweet by Najla.

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Alfiyyah Rizky Shalihah, 1707621015, The Effect Of Viral Marketing, Product Quality, And Perceived Price On Purchase Intention Through Brand Image As A Mediation Variable On The Product Bittersweet By Najla. Thesis, Jakarta: Bachelor of Business Education Study Programme, Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta, 2025.

This study aims to analyze the influence of viral marketing, product quality, and perceived price on purchase intention through brand image as a mediating variable for Bittersweet by Najla. This research is motivated by the phenomenon of increasing consumer purchasing interest influenced by digital marketing strategies, particularly viral marketing through social media, as well as the importance of product quality and appropriate price perception.

This study used a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 270 respondents, Bittersweet by Najla consumers in Jakarta, Tangerang, and Bekasi. Data analysis was performed using Partial Least Squares (PLS)-based Structural Equation Modeling (SEM) using the SmartPLS 3.0 application.

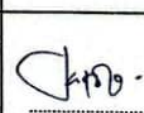
The results showed that viral marketing, product quality, and perceived price had a positive and significant effect on brand image. Furthermore, brand image was shown to have a positive and significant effect on purchase intention. Brand image significantly mediated the influence of viral marketing and product quality on purchase intention. However, brand image did not mediate the influence of perceived price on purchase intention. These findings indicate that a strong viral marketing strategy and good product quality can build a positive brand image, thereby increasing consumer purchasing interest. While price perception has a more direct influence on purchase intention without going through brand image.

Keywords: *Viral marketing, Product quality, Perceived price, Brand image, Purchase intention, Bittersweet by Najla.*

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.D., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Corry Yohana, MM NIP. 195909181985032011 (Ketua Sidang)		23 Juli 2025
2	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Penguji 1)		22 Juli 2025
3	Rizka Zakiah, M.Pd NIP. 199401182023212040 (Penguji 2)		22 Juli 2025
4	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIP. 198103222023212013 (Pembimbing 1)		23 Juli 2025
5	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Pembimbing 2)		23 Juli 2025
Nama : Alfiyyah Rizky Shalihah No. Registrasi : 1707621015 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 14 Juli 2025			

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

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis saya, skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, magister, dan/atau doctor) baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Dosen Pembimbing dan masukan dari Dosen Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 12 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,


1000
METERAL
TEMPEL
DD6C1AMX131039551

Alfiyyah Rizky Shalihah

1707621015

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Alfiyyah Rizky Shalihah
NIM : 1707621015
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/Pendidikan Bisnis
Alamat email : alfiyyahrizky10@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 *Viral Marketing*, *Product Quality*, dan *Perceived Price* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk *Bittersweet* by Najla

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, 31 Juli 2025

Penulis

Alfiyyah Rizky Shalihah

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul:

“Pengaruh *Viral marketing*, *Product quality*, dan *Perceived price* terhadap *Purchase intention* melalui *Brand image* sebagai Variabel Mediasi pada Produk Bittersweet by Najla.”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Cinta pertama dan panutan saya, Bapak Arpin Suardi. Beliau memang tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun beliau bekerja keras, memberi motivasi, serta memberi dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Terima kasih karena tidak pernah meragukan anak perempuanmu ini, selalu mengusahakan apapun untuk penulis.
2. Pintu surgaku, Ibu Herawati. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan studi ini. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada

beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. Setiap doa yang ibu panjatkan, setiap pengorbanan yang ibu lakukan, selalu menjadi cahaya yang menerangi langkah penulis.

3. Bapak Prof. Dr. Komarudin, M.Si. selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
5. Ibu Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
6. Ibu Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han. selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta atas ilmu dan bantuan yang diberikan selama masa perkuliahan.
9. Kakak Mutia Zahra Afifah dan Adik Naurah Putri Finara yang telah memberikan dukungan dan semangat.
10. Teman hidup Reyza Syamil Aquila yang selalu menemani dan selalu menjadi *support system* penulis pada hari yang tidak mudah selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah, berkontribusi banyak dalam penyusunan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran, materi, maupun bantuan dan senantiasa sabar menghadapi penulis,

terima kasih telah menjadi bagian perjalanan penulis hingga penyusunan skripsi ini selesai.

11. Sahabat-sahabat tercinta Fira Ayu Monika, dan Kamilah Aulia Azzahra. Terima kasih sudah memberikan dukungan dan semangat pada setiap prosesnya.
12. Semua responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
13. Semua pihak yang mendukung, membantu, dan mendoakan kemudahan penyelesaian skripsi ini.
14. *Last but not least*, terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun prosesnya, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. *I wanna thank me for just being me at all the time.*

Semoga Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa membalas dengan balasan yang terbaik kepada semua pihak atas segala bantuannya sehingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis menyadari bahwa hasil penelitian skripsi ini masih belum sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menjadikan penelitian skripsi ini lebih baik.

Akhir kata penulis berharap hasil penelitian ini skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Jakarta, 12 Juli 2025

Alfiyyah Rizky Shalihah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademik.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Teori Pendukung	14
2.1.1 <i>Viral marketing</i>	14
2.1.2 <i>Product quality</i>	17
2.1.3 <i>Perceived price</i>	20
2.1.4 <i>Purchase intention</i>	23
2.1.5 <i>Brand image</i>	25

2.2 Hasil Penelitian Relevan	27
2.3 Kerangka teori dan Pengembangan Hipotesis.....	37
2.3.1 Kerangka teori	37
2.3.2 Pengembangan Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Waktu dan tempat penelitian.....	44
3.1.1 Waktu penelitian	44
3.1.2 Tempat penelitian.....	44
3.2 Desain penelitian.....	45
3.3 Populasi dan sampel	46
3.3.1 Populasi	46
3.3.2 Sampel.....	46
3.4 Pengembangan instrumen	48
3.4.1 <i>Viral marketing</i>	48
3.4.2 <i>Product quality</i>	49
3.4.3 <i>Perceived price</i>	50
3.4.4 <i>Purchase intention</i>	52
3.4.5 <i>Brand image</i>	53
3.5 Teknik pengumpulan data	53
3.6 Teknik analisis data.....	55
3.6.1 Analisis statistik deskriptif.....	56
3.6.2 Evaluasi model pengukuran	56
3.6.3 Evaluasi model struktural.....	64
3.6.4 Uji hipotesis.....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Deskripsi data	67

4.1.1 Profil responden	67
4.1.2 Profil data	71
4.2 Hasil analisis data	76
4.2.1 Evaluasi model pengukuran	76
4.2.2 Evaluasi model struktural	82
4.2.4 Uji hipotesis	84
4.3 Pembahasan	87
BAB V PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Implikasi	102
5.2.1 Implikasi teoritis	102
5.2.2 Implikasi praktis	103
5.3 Keterbatasan penelitian	107
5.4 Rekomendasi bagi penelitian selanjutnya	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	117

Intelligentia - Dignitas