

**STUDI TENTANG EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN
DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK
DESSERT**

ZAFIRA HUSNA SALSABILA

1705621011



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

**A STUDY ON THE EFFECTIVENESS OF DIGITAL
MARKETING STRATEGIES IN INCREASING DESSERT
PRODUCT SALES**

ZAFIRA HUSNA SALSABILA

1705621011



Intelligentia - Dignitas

**This thesis is submitted as one of the requirements to obtain a
Bachelor's Degree in Management at the Faculty of Economics
and Business, Universitas Negeri Jakarta**

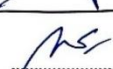
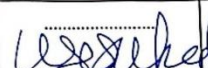
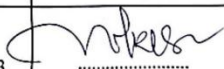
**BACHELOR OF MANAGEMENT PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A NIP. 197201252002121002 (Ketua)		28/07/2025
2	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Penguji 1)		28/07/2025
3	Dr. Andrian Haro, S.Si., M.M. NIP. 198509242014041002 (Penguji 2)		28/07/2025
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		28/07/2025
5	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A. NIP. 199111022022032013 (Pembimbing 2)		28/07/2025
Nama : Zafira Husna Salsabila No. Registrasi : 1705621011 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 23 Juni 2025			

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

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta, maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian 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, 08 Juli 2025



Zafira Husna Salsabila

1705621011

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 : Zafira Husna Salsabila
NIM : 1705621011
Fakultas/Prodi : Ekonomi/ Manajemen
Alamat email : husna.zafira18@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 :

Studi Tentang Efektivitas Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Penjualan Produk Dessert

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, 08 Agustus 2025

Penulis

CS Scanned with CamScanner

(Zafira Husna Salsabila)
nama dan tanda tangan

ABSTRAK

Zafira Husna Salsabila, Studi Tentang Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Dessert, Skripsi Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. 2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas strategi pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan produk dessert, dengan fokus pada Fudgybro, sebuah merek dessert lokal yang dikenal melalui keberhasilannya dalam strategi *viral marketing*. Penelitian ini menganalisis pengaruh *viral marketing*, *brand awareness*, dan *social media marketing* terhadap *purchase intention* dan *purchase decision* pada konsumen di Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner sebagai alat pengumpulan data, dan teknik analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* AMOS. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 280 responden, yang merupakan pengguna aktif media sosial dan telah mengenal atau pernah mencoba produk Fudgybro. Pengambilan sampel dilakukan di lima wilayah kota administrasi DKI Jakarta, yaitu Jakarta Timur, Jakarta Selatan, Jakarta Barat, Jakarta Pusat, dan Jakarta Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *viral marketing* dan *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* maupun *purchase decision*. Sebaliknya, *brand awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kedua variabel tersebut. Selain itu, *purchase intention* ditemukan sebagai variabel yang paling kuat memengaruhi *purchase decision*, yang menekankan pentingnya membangun niat beli dalam strategi pemasaran. Temuan ini memperkuat pentingnya penggunaan strategi digital berbasis konten viral dan media sosial dalam membentuk perilaku konsumen dan meningkatkan penjualan, khususnya di industri makanan dan minuman yang kompetitif.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, *Viral Marketing*, *Brand Awareness*, *Social Media Marketing*, *Purchase Intention*, *Purchase Decision*.

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Zafira Husna Salsabila. A Study on the Effectiveness of Digital Marketing Strategies in Increasing Dessert Product Sales. Undergraduate Thesis. Jakarta: Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta. 2025.

This study aims to examine the effectiveness of digital marketing strategies in increasing dessert product sales, focusing on Fudgybro, a local dessert brand known for its success in viral marketing. The study analyzes the influence of viral marketing, brand awareness, and social media marketing on purchase intention and purchase decision among consumers in Jakarta. This research employed a quantitative approach using a questionnaire as the data collection instrument. Data were analyzed through Structural Equation Modeling (SEM) using AMOS software. The study involved 280 respondents, who are active social media users and have recognized or previously tried Fudgybro products. The sampling was conducted across five administrative cities of Jakarta, namely East Jakarta, South Jakarta, West Jakarta, Central Jakarta, and North Jakarta. The results show that viral marketing and social media marketing have a positive and significant influence on both purchase intention and purchase decision. In contrast, brand awareness does not have a significant influence on either variable. Furthermore, purchase intention emerged as the strongest predictor of purchase decision, highlighting the importance of building consumer intent in digital marketing strategies. These findings underline the key role of viral content and social media marketing in shaping consumer behavior and driving sales, particularly in the competitive food and beverage industry.

Keywords: Digital Marketing, Viral Marketing, Brand Awareness, Social Media Marketing, Purchase Intention, Purchase Decision.

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PERSEMBAHAN

"Maka bersabarlah. Sesungguhnya janji Allah adalah benar. Dan janganlah orang-orang yang tidak meyakini kebenaran itu membuatmu goyah."

(QS. Ar-Rum: 60)

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Karya ini saya persembahkan dengan sepenuh hati untuk keluarga saya tercinta, yang menjadi sumber kekuatan dan semangat dalam setiap langkah perjalanan hidup saya. Terutama kepada ibunda tersayang, yang telah memberikan cinta tanpa syarat, doa-doa yang tak pernah henti, serta pelukan paling hangat di saat dunia terasa berat. Terima kasih atas setiap pengorbanan, air mata yang tak terlihat, dan perjuangan yang tak terucap semua menjadi bahan bakar bagi semangat saya untuk terus melangkah dan tidak menyerah. Meski sekarang kepergianmu di tengah perjuangan ini menjadi duka yang mendalam, namun namamu tetap menjadi semangat dan motivasi terkuat sampai detik ini.

Saya juga ingin memberikan ruang untuk mengapresiasi diri sendiri. Terima kasih telah bertahan di tengah tekanan, memilih tetap melangkah walau banyak ingin menyerah, dan tetap bangkit meski sempat terjatuh. Terima kasih telah percaya bahwa setiap air mata, kegagalan, dan kesendirian dalam proses ini adalah bagian dari cerita yang akan membawamu menjadi lebih kuat. Kamu sudah berusaha dengan sepenuh hati, dan itu cukup. Terima kasih telah menjadi versi dirimu yang tidak pernah berhenti mencoba, bahkan saat tak ada yang tahu betapa beratnya langkahmu. Semoga setiap langkah ke depan selalu dibimbing oleh ridha Allah SWT, dilapangkan dalam setiap kesulitan, dan dikuatkan saat keraguan datang menghampiri.

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-nya sehingga dapat menmpuh studi di Universitas Negeri Jakarta serta menyelesaikan skripsi saya dengan judul “Studi Efektifitas Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Penjualan Produk Dessert” dengan baik dan tepat waktu. Peneliti melakukan penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 Manajemen di Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat dilakukan tanpa bantuan dan dukungan dari banyak orang. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada semua orang yang membantu dan mendukung selama proses penulisan skripsi ini, kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberi penulis hikmat, kelancaran, kesehatan, kekuatan, dan kebahagiaan untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta beserta Waakil Dekan I, II, dan III.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. Selaku Dosen pembimbing I yang telah sabar dan meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, CHRP Selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah sabar dan meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan saran dlaam penyusunan dalam skripsi ini.
5. Dr. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama masa studi.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, yang telah berbagi ilmu dan membantu dalam proses akademik maupun administratif.
7. Mama saya tercinta, Almarhum Rifta Ningsih cahaya hidup dan pintu surga saya. Terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang tulus yang Mama berikan sepanjang hidup. Meskipun Mama tidak pernah merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, Mama mampu memberikan yang terbaik bagi saya, perhatian, dukungan, dan doa yang tiada henti hingga saya bisa menyelesaikan studi ini dan meraih gelar sarjana. Mama adalah sosok yang luar biasa kuat. Di tengah kondisi kesehatan yang terus menurun, Mama tetap menunjukkan semangat dan keberanian. Walaupun rasa sakit terus mengelilingi tubuhnya dan Mama menyadari betul kondisi yang dihadapi, Mama tidak pernah menyerah. Mama terus menguatkan diri dan selalu berkata bahwa motivasi terbesar untuk bertahan hidup adalah "Anak saya sebentar lagi wisuda, saya mau dampingin dia wisuda dulu" ucap mama dengan penuh semangat tanpa

rasa takut. Namun, takdir berkata lain. Tuhan lebih sayang kepada Mama, melebihi besarnya rasa sayang saya sendiri. Kepergian Mama meninggalkan duka yang dalam dan ruang yang tidak tergantikan. Tetapi saya percaya, cinta dan semangat Mama tetap hidup dan menjadi bagian dari setiap langkah yang saya ambil. Skripsi ini, gelar ini, dan hari kelulusan nanti, saya persembahkan sepenuhnya untuk Mama. Meski tidak lagi bisa duduk di samping saya secara fisik, saya percaya Mama tetap menyaksikan semua ini dengan bangga dari tempat terbaik di sisi-Nya. Semoga Allah SWT membalas setiap peluh, doa, dan pengorbanan Mama dengan surga-Nya yang paling indah.

8. Seseorang yang kehadirannya sangat berarti bagi hidup saya, Riva Rusdiawan. Seseorang yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya dari awal organisasi hingga titik ini. Terima kasih karena telah menjadi tempat pulang saat lelah, mendampingi, mendukung, dan menghibur saya selama kesulitan dan kesedihan. Selalu tau bagaimana cara membuat segalanya terasa lebih ringan. Terima kasih karena telah mendengarkan setiap keluh kesah, mendorong saya untuk pantang menyerah, dan memberi saya dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Terima kasih telah berjuang bersama-sama hingga detik ini. Semoga kamu selalu dikelilingi oleh kebaikan dan semuanya berjalan lancar seperti yang kamu harapkan.
9. Abang saya dan Kak Ayu, Terima kasih telah berkontribusi dalam proses penulisan skripsi ini. Terima kasih sudah membantu dalam pencarian responden, dan selalu percaya bahwa saya bisa menyelesaikan ini hingga akhir. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjuangan ini.
10. Sahabat metal saya “katokamat” (dwi, bina, sulis, cecil, pina). Terima kasih sudah jadi support system yang selalu hadir di berbagai situasi. Terima kasih atas semangat, dukungan, dan tawa yang kalian berikan terutama di saat dunia terasa berat. Tidak tahu gimana jadinya kalau tidak ada kalian, yang selalu berhasil bikin hidup yang rumit jadi lebih santai dijalani walau terkadang malah tambah rumit lagi.
11. Sahabat saya sejak saya masih SD “Boresix” (dwi, vania, rani, shifa, lenny). Dari bocil yang polos sampai sekarang saling dukung di tengah riuhnya hidup. Kalian adalah rumah yang nggak pernah berubah meski waktu terus berjalan. Terima kasih sudah ada sejak awal, dan semoga tetap bersama sampai akhir.
12. Untuk teman-teman perkuliahan, teman-teman organisasi RNS, dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih banyak atas bantuan, dukungan, dan semangat yang telah kalian berikan selama proses ini. Kehadiran kalian, dalam bentuk apa pun besar atau kecil sangat berarti bagi saya. Semoga kebaikan kalian selalu dibalas dengan hal-hal baik pula.

13. Zafira Husna Salsabila, untuk diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya kepada diri saya sendiri karena telah percaya pada kemampuan diri sendiri dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang harus diselesaikan dari awal hingga akhir. Terima kasih sudah bertahan walau dunia terasa begitu berat. Terima kasih sudah terus melangkah meski rasanya ingin menyerah. You're doing fine, Sometimes you're struggling, sometimes you fall apart, but at the end, it's still you who keeps going. So please don't have regrets. I want you to feel how much you've grown, and more than anything, I want you to love yourself, fully and gently.

Penulis telah mencurahkan usaha terbaik dalam penyusunan skripsi ini, namun menyadari bahwa kekeliruan masih mungkin terjadi karena keterbatasan sebagai manusia. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis membuka diri terhadap segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Aamiin.

Jakarta 23 Juni 2025



Zafira Husna Salsabila
NIM. 1705621011

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Teori Pendukung	15
2.1.1 Teori <i>Purchase Decision</i>	15
2.1.2 <i>Purchase Intention</i>	18
2.1.3 <i>Viral Marketing</i>	20
2.1.4 <i>Brand Awareness</i>	22
2.1.5 <i>Social Media Marketing</i>	24
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	26
2.2.1 <i>Viral Marketing</i> dan <i>Purchase Intention</i>	26
2.2.2 <i>Viral Marketing</i> dan <i>Purchase Decision</i>	27
2.2.3 <i>Brand Awareness</i> dan <i>Purchase Intention</i>	29
2.2.4 <i>Brand Awareness</i> dan <i>Purchase Decision</i>	31
2.2.5 <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Purchase Intention</i>	32
2.2.6 <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Purchase Decision</i>	33

2.2.7 <i>Purchase Intention</i> dan <i>Purchase Decision</i>	35
2.3 Hipotesis Penelitian	36
2.4 Hasil Penelitian yang Relevan	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	41
3.2 Desain Penelitian	41
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi	41
3.3.2 Sampel	42
3.4 Pengembangan Instrumen	44
3.4.1 Variabel Penelitian	44
3.4.3 Skala Pengukuran	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.6.1 Uji Validitas	50
3.6.2 Uji Reabilitas	51
3.6.3 Uji Kesesuaian Model	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Data	55
4.1.1 Karakteristik Responden	55
4.1.2 Analisis Deskripsi	62
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan	68
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data	68
4.2.2 Uji Hipotesis	85
4.2.3 Pembahasan	86
BAB V	93
KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Implikasi	97
5.2.1 Implikasi Teoritis	97
5.2.2 Implikasi Praktis	98
5.3 Keterbatasan Penelitian	99

5.4 Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya	100
LAMPIRAN	116
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	116
Lampiran 2. Tabulasi Data Viral Marketing (VM)	122
Lampiran 3. Tabulasi Data <i>Brand Awareness</i> (BA)	128
Lampiran 4. Tabulasi Data Social Media Marketing (SMM)	134
Lampiran 5. Tabulasi Data Purchase Intention	140
Lampiran 6. Tabulasi Data Purchase Decision (PD)	146
Lampiran 7. Hasil Uji CFA	152
Lampiran 8. Full Model dan Fitted Model	157
Lampiran 9. Form Saran Perbaikan Skripsi	158
Lampiran 10. Kartu Konsultasi	159
Lampiran 11. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	161
Lampiran 12. Hasil Uji Kemiripan Naskah	162
Lampiran 13. Riwayat Hidup	163



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Toko Cookies dan Brownies di Jakarta	4
Tabel 2. 1 Hipotesis Variabel.....	38
Tabel 2. 2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	39
Tabel 3. 1 Indikator Variabel Penelitian	45
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Penelitian	48
Tabel 3. 3 Goodness of Fit Index	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan yang Telah Ditamatkan	59
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	60
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan Perbulan .	61
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	62
Tabel 4. 8 Analisis Deskripsi Variabel Viral marketing.....	63
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel Brand Ambassador	64
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel Social media marketing.....	65
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel Purchase intention	66
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel Purchase Decision	67
Tabel 4. 13 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Viral marketing.....	69
Tabel 4. 14 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Brand awareness	70
Tabel 4. 15 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Social media marketing.....	71
Tabel 4. 16 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Purchase intention</i>	72
Tabel 4. 17 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Purchase Decision	73
Tabel 4. 18 Hasil Uji First Order Construct Variabel Viral marketing	75
Tabel 4. 19 Hasil Uji First Order Construct Variabel Brand awareness.	76
Tabel 4. 20 Hasil Uji First Order Construct Variabel Social media marketing.....	78
Tabel 4. 21 Hasil Uji First Order Construct Variabel <i>Purchase intention</i>	79
Tabel 4. 22 Hasil Uji First Order Construct Variabel Purchase Decision	81

Tabel 4. 23 Hasil Full Model SEM AMOS	82
Tabel 4. 24 Hasil Fitted Model SEM AMOS	83
Tabel 4. 25 Pernyataan Indikator Fitted Model.....	84
Tabel 4. 26 Hasil Uji Hipotesis	85



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konten Viral Cookie bomb Fudgybro di TikTok	6
Gambar 1. 2 Performa Konten Viral Fudgybro di Media Sosial Instagram dan Tiktok	7
Gambar 1. 3 Grafik Sebaran Gerai Fudgybro	9
Gambar 2. 1 Model Penelitian	37
Gambar 4. 1 Model Uji First Order Construct Variabel Viral marketing.....	74
Gambar 4. 2 Model Uji First Order Construct Variabel Brand awareness.....	76
Gambar 4. 3 Model Uji First Order Construct Variabel Social media marketing.	77
Gambar 4. 4 Model Uji First Order Construct Variabel Purchase intention	78
Gambar 4. 5 Model Uji First Order Construct Variabel Purchase Decision	80
Gambar 4. 6 Full Model SEM AMOS	81
Gambar 4. 7 Fitted Model	83

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	116
Lampiran 2. Tabulasi Data Viral Marketing (VM).....	122
Lampiran 3. Tabulasi Data <i>Brand Awareness</i> (BA)	128
Lampiran 4. Tabulasi Data Social Media Marketing (SMM)	134
Lampiran 5. Tabulasi Data Purchase Intention	140
Lampiran 6. Tabulasi Data Purchase Decision (PD).....	146
Lampiran 7. Lembar Perbaikan.....	152
Lampiran 8. Kartu Konsultasi	159
Lampiran 9. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	161



Intelligentia - Dignitas