

**PENGARUH VIRAL MARKETING, BRAND AMBASSADOR, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SKINCARE AVOSKIN BEAUTY PADA MAHASISWI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

SKRIPSI



Oleh:

Elveni Yamanda
2010070530003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAITURRAHMAN
PADANG
2024**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BAITURAHMAH

Skripsi, Agustus 2024

Elveni Yamanda

Pengaruh *Viral Marketing*, *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin Beauty Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

x + 145 halaman + 31 tabel + 3 gambar + 16 lampiran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *viral marketing*, *brand ambassador* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare Avoskin beauty pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan populasi berjumlah 84 orang mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Teknik pengumpulan data penelitian melalui kuesioner dengan menggunakan teknik skala likert.

Teknik analisis data penelitian ini yaitu regresi linear berganda. Berdasarkan analisis statistik secara parsial variabel *Viral marketing* dengan t hitung 2,537 dan nilai ($\text{sig}=0,013 < 0,05$) dengan taraf $\text{df } 84-4 = 80$ maka diperoleh t tabel sebesar 1,664. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa t hitung $>$ t tabel atau $2,537 > 1,664$. Artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *viral marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skincare Avoskin beauty.

Variabel *Brand ambassador* dengan t hitung 12,514 dan nilai ($\text{sig}=0,000 < 0,05$) dengan taraf $\text{df } 84-4 = 80$ maka diperoleh t tabel sebesar 1,664. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa t hitung $>$ t tabel atau $12,514 > 1,664$. Artinya H_2 diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skincare Avoskin beauty.

Variabel Kualitas produk dengan t hitung 3,460 dan nilai ($\text{sig}=0,001 < 0,05$) dengan taraf $\text{df } 84-4 = 80$ maka diperoleh t tabel sebesar 1,664. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa t hitung $>$ t tabel atau $3,460 > 1,664$. Artinya H_3 diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skincare Avoskin beauty.

Berdasarkan uji f diketahui bahwa f hitung $>$ f tabel atau $65,242 > 2,72$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel *Viral Marketing*, *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian skincare Avoskin beauty. Nilai koefisien determinasi keputusan pembelian dengan nilai R-Square sebesar 0,710 hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel *Viral Marketing*, *brand Ambassador* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sebesar 71,0% sedangkan sisanya 29,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Viral Marketing*, *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, Keputusan pembelian

Daftar Bacaan : 40 (2017-2023)

PERNYATAAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing*, *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin Beauty Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Nama : Elveni Yamanda
NPM : 2010070530003
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah diperiksa, disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam Ujian Komprehensif Pada Tanggal 30 Agustus 2024.

KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing I



Dr. Edi Suandi, MM

NIDN:2101127702

Pembimbing II



Harry Wahyudi, S.E., M.Si

NIDN:10070464001

Pengesahan

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Baiturrahmah



Yefri Keswita S.E., M.Si., Akt.

NIDN: 1027017001

PERNYATAAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing*, *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin Beauty Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Nama : Elveni Yamanda
NPM : 2010070530003
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah diperiksa, disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam Ujian Komprehensif Pada Tanggal 30 Agustus 2024.

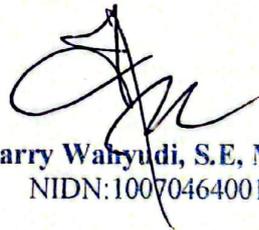
KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing I



Dr. Edi Suandi, MM
NIDN:1008028401

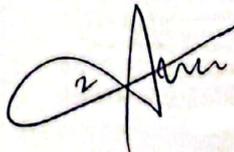
Pembimbing II



Harry Wahyudi, S.E, M.Si
NIDN:10070464001

Pengesahan

Ketua Program Studi Manajemen



Rina Febriani, S.E., M.Si.
NIDN: 1008028401

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elveni Yamanda
NPM : 2010070530003
Program Studi : Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Peminatan : Manajemen
Jenjang : Strata 1

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul : *Pengaruh Viral Marketing, Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin Beauty Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.*

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padang, September 2024



Elveni Yamanda
NPM : 2010070530003