

**PENGARUH VIRAL DI MEDIA SOSIAL, DAN SELEBGRAM  
ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KECANTIKAN RAECCA LIPPIE SERUM  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Banyuwangi Yang Menggunakan Produk  
Kecantikan Raecca Lippie Serum)**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan*

*Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Management*



**Disusun Oleh:**

**THERESITA OKTAVIANE**

**Nomor pokok : K.2017.1.34191**

**Jurusan : Manajaemen**

**STIE MALANGKUÇWARA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2021**

**PENGARUH VIRAL DI MEDIA SOSIAL, DAN SELEBGRAM ENDORSEMENT  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN RAECCA LIPPIE  
SERUM**

**(Studi Kasus Pada Masyarakat Banyuwangi Yang Menggunakan Produk Kecantikan  
Raecca Lippie Serum)**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan*

*Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Management*



Oleh:

**THERESITA OKTAVIANE**

K.2017.1.34191

**STIE MALANGKUÇEWARA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2021**

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

PENGARUH VIRAL DI MEDIA SOSIAL DAN SELEBGRAM ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN RAECCA LIPPIE SERUM

Oleh:  
THERESITA OKTAVIANE  
K.2017.1.34191

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:  
27 Agustus 2021 dan dinyatakan LULUS



  
Drs. BU YAMIN, M.M., Ph.D

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 19 Agustus 2021

Mahasiswa  
Tid  
Theresita Oktaviane  
NPK: K.2017.1.34191



## SURAT RISET (BUKTI PENELITIAN)



### SURAT KETERANGAN

Nomor: 0312 5/BAAK/VIII/2021

Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçewara Malang menerangkan bahwa:

Nama	:	Theresita Oktaviane
NPK	:	K.2017.1.34191
Program Studi	:	Manajemen
Alamat	:	
No HP	:	
E-mail	:	

Adalah mahasiswa STIE Malangkuçewara yang telah mengadakan riset dengan data diambil dari Masyarakat Banyuwangi Yang Menggunakan Produk Kecantikan Raecca Lippie Serum. Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

"PENGARUH *VIRAL* DI MEDIA SOSIAL, DAN *SELEBGRAM ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN RAECCA LIPPIE SERUM (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT BANYUWANGI YANG MENGGUNAKAN PRODUK KECANTIKAN RAECCA LIPPIE SERUM)"

Dosen pembimbing: Dr. Setiyawan, MS

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 18 Agustus 2021  
Ketua Program Studi Manajemen



Dra. Lindananty, M.M.  
NPK. 202.710.194

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua STIE Malangkuçeçwara
2. Ketua Program Studi
3. Dosen Pembimbing
4. Pimpinan perusahaan tempat penelitian dilakukan

Rekan-rekan penulis dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan untuk ikut berperan serta dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini. Sujud dan terima kasih yang dalam penulis sampaikan kepada ayah bunda tercinta, atas dorongan yang kuat serta kebijaksanaan dan doa yang tiada putus-putusnya dipanjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis bisa menyelesaikan studi. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Bang Farid, Ghea, Deni, Verlina, Yuli, dan Elsa yang banyak membantu dan telah menjadi suporter penulis selama mengerjakan penelitian ini.

Banyuwangi, 15 Agustus 2021

Penulis,

Theresita Oktaviane

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *viral* di media sosial dan *selebgram endorsement* terhadap keputusan pembelian produk kecantikan Raecca Lippie Serum pada masyarakat banyuwangi yang menggunakan produk kecantikan raecca lippie serum. Populasi dan sampel dari penelitian ini adalah masyarakat Banyuwangi pengguna media sosial dan konsumen yang tetap menjaga loyalitas terhadap pembelian produk kecantikan Raecca Lippie Serum. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan uji F, uji T, dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Hasil uji T menunjukkan bahwa pengaruh *viral* di media sosial ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian adalah signifikan dan pengaruh *selebgram endorsement* ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian adalah signifikan. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai  $R^2$  sebesar 0,526. Hal ini berarti 52,6% variasi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *viral* di media sosial ( $X_1$ ) dan *selebgram endorsement* ( $X_2$ ) sedangkan sisanya sebesar 47,4% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** *Viral* Di Media Sosial, *Selebgram Endorsement*, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the effect of viral on social media and celebrity endorsements on purchasing decisions for Raecca Lippie Serum beauty products in Banyuwangi people who use Raecca Lippie Serum beauty products. The population and sample of this research are Banyuwangi people, social media users and consumers who still maintain loyalty to the purchase of Raecca Lippie Serum beauty products. The sampling method used purposive sampling technique. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis, using the F test, T test, and the Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>).*

*The results of the T test show that the effect of viral on social media (X1) on purchasing decisions is significant and the influence of celebrity endorsements (X2) on purchasing decisions is significant. While the results of the coefficient of determination test obtained an R<sup>2</sup> value of 0.526. This means that 52.6% of the variation in purchasing decision variables can be explained by viral variables on social media (X1) and endorsement programs (X2), while the remaining 47.4% is explained by other variables not examined in this study.*

*Keywords: Viral in Social Media, Celebration Endorsement, Purchase Decision.*



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *VIRAL* DI MEDIA SOSIAL, DAN *SELEBGRAM ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN RAECCA LIPPIE SERUM (Studi Kasus Pada Masyarakat Banyuwangi Yang Menggunakan Produk Kecantikan Raecca Lippie Serum)”.

Di dalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi :

1. Bagaimana pengaruh *viral* di media sosial terhadap keputusan pembelian
2. Bagaimana pengaruh *selebgram endorsement* terhadap keputusan pembelian

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangtepatan dalam penyajian tulisan diskripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 15 Agustus 2021  
Penulis,

Theresita Oktaviane

## DAFTAR ISI

COVER.....	2
LEMBAR PENGESAHAN .....	3
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	4
SURAT RISET (BUKTI PENELITIAN).....	5
Riwayat Hidup .....	6
UCAPAN TERIMA KASIH .....	7
ABSTRAK .....	8
ABSTRACT.....	9
KATA PENGANTAR.....	10
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR TABEL .....	14
DAFTAR GAMBAR.....	15
DAFTAR LAMPIRAN .....	16
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 LATAR BELAKANG.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 MANFAAT PENELITIAN .....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 <i>Instagram</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 <i>Selebgram Endorsement</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 <i>Viral Marketing</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu .....	Error! Bookmark not defined.
2.3 KERANGKA BERPIKIR .....	Error! Bookmark not defined.
2.4 HIPOTESIS.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN .....	Error! Bookmark not defined.
3.1 JENIS PENELITIAN .....	Error! Bookmark not defined.
2.2 POPULASI DAN SAMPEL .....	Error! Bookmark not defined.

3.2.1	POPULASI .....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	SAMPEL .....	Error! Bookmark not defined.
3.3	VARIABEL, OPERASIONALISASI DAN SKALA PENGUKURAN	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	VARIABEL PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	DEFINISI OPERASIONAL.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	SKALA PENGUKURAN .....	Error! Bookmark not defined.
3.4	METODE PENGUMPULAN DATA .....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	KUESIONER.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	METODE ANALISIS .....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF .....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS...	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	UJI ASUMSI KLASIK .....	Error! Bookmark not defined.
3.5.4	ANALISIS REGRESI BERGANDA .....	Error! Bookmark not defined.
3.5.5	PENGUJIAN HIPOTESIS.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....	Error! Bookmark not defined.
4.1	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Gambaran Umum Raecca Lippie Serum...	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Deskripsi Data Responden .....	Error! Bookmark not defined.
4.2	DESKRIPSI VARIABEL PENELITIAN .....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Deskripsi Variabel Viral Di Media Sosial (X1)	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Deskripsi Variabel <i>Selebgram Endorsement</i> (X2)	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.3	PENGUJIAN ASUMSI MODEL.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Uji Normalitas .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Uji Multikolinieritas .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	Uji Autokorelasi .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t) ...	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Koefisien Determinan (Uji Model R <sup>2</sup> ) .....	Error! Bookmark not defined.
4.5	PEMBAHASAN .....	Error! Bookmark not defined.
BAB V	PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
5.1	KESIMPULAN .....	Error! Bookmark not defined.
5.2	KONTRIBUSI PENELITIAN .....	Error! Bookmark not defined.
5.3	KETERBATASAN PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.

**5.4 SARAN.....Error! Bookmark not defined.**  
**DAFTAR PUSTAKA.....Error! Bookmark not defined.**  
**LAMPIRAN.....Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR TABEL

Table 1 Proses Pembelian Konsumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 2 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 3 Definisi Operasional .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 4 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 5 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Umur	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 6 Deskripsi Variabel Viral Di Media Sosial (X1)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 7 Deskripsi Variabel Selebgram Endorsement (X2)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 9 Uji Normalitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 10 Uji Multikolinieritas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 11 Uji Autokorelasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 12 Uji Regresi Linier Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 13 Uji t .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 15 Koefisien determinasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 2 Gambar P-Plot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2 VALIDITAS DAN RELIABILITAS .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3 UJI ASUMSI KLASIK .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 4 UJI HIPOTESIS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 5 DATA RESPONDEN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>