

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN NORMA SUBJEKTIF  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN GAYA  
HIDUP SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA ROKOK  
ELEKTRIK (VAPE) DI KOTA KUPANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**



**OLEH**

**EMANUEL YODI NATALINO**  
**NIM : 32120106**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN NORMA SUBJEKTIF  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN GAYA  
HIDUP SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA ROKOK  
ELEKTRIK (VAPE) DI KOTA KUPANG**

Yang diajukan oleh:

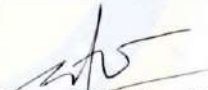
Nama : Emanuel Yodi Natalino  
NIM : 32120106  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing dan diuji di Fakultas  
Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik  
Widya Mandira Kupang

Pembimbing I



  
Maria A. L. Amaral, SE, MM  
NIDN: 0805079302

Pembimbing II

  
Engelbertus G. C. Watu, SE, MM  
NIDN: 1510049301

Kupang, .....2024

Ketua Program Studi Manajemen

  
  
Hedwigh H. T. Leiap, SE., MM  
NIDN: 1516109301


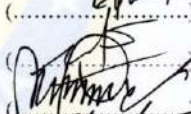



### LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Senin, 13 Mei 2024  
Jam : 12.00 – 14.00 WITA  
Tempat : *Conference Room*  
Atas Nama : Emanuel Yodi Natalino  
NIM : 32120106  
Dinyatakan : **LULUS**

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Maria A. L. Amaral, SE, MM (.....)
2. Sekretaris : Engelbertus G. C. Watu, SF, MM (.....)
3. Penguji I : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si (.....)
4. Penguji II : Apryanus Fallo, SE, MM (.....)
5. Penguji III : Maria A. L. Amaral, SE, MM (.....)

### MENGETAHUI

Dekan  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis

  
**Dr. M.E. Perseveranda, SE., M. Si**  
NIDN: 0819066703

Ketua Program Studi  
Manajemen

  
**Hedwigh H. T. Leiap, SE., MM**  
NIDN: 1516109301

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Emanuel Yodi Natalino  
No Registrasi : 32120106  
Fakultas/Program Studi : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

### **PENGARUH VIRAL MARKETING DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA ROKOK ELEKTRIK (VAPE) DI KOTA KUPANG.**

Adalah benar – benar karya saya sendiri dan apabila dikemudian hari ditemukan unsur-unsur plagiarisme, maka saya bersedia diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kupang, 5 Juni 2024



Emanuel Yodi Natalino

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**“FORTIS FORTUNA ADIUVAT” Yang Artinya Keberuntungan Akan  
Berpihak Pada Ia Yang Berani**

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Yohanes Sangkut dan Ibu Balbina Damus yang dengan bersusah payah membiayai studi dan yang tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara yang terkasih, kakak Heribertus Cristianto Hardimans, Yunita Rahma Sarri, dan adik Yasintha Pelita yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat.

Kupang, April 2024

Penulis

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh *Viral Marketing* dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Pembelian dengan Gaya Hidup sebagai variabel mediasi pada Rokok Elektrik (Vape) di Kota Kupang”. dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tulle, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M.E. Perseveranda SE, M.Si. selaku Dekan, Br. Salomon Leki, SE, M.Ec. Dev dan Ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si. selaku Wakil Dekan I dan II, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Bapak Hedwigh H.T. Lejap, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.

4. Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I, Ketua Panitia Ujian Skripsi dan Penguji III serta Bapak Engelbertus G. Ch. Watu, SE, MM selaku dosen Pembimbing II dan Sekretaris Panitia Ujian yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku Penguji I dan Bapak Apryanus Fallo SE., MM selaku Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
6. Seluruh Dosen pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
7. Ibu Angelina Penun, SH selaku Kepala Tata Usaha dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.
8. Bapak Yohanes Sangkut dan Ibu Balbina Damus sebagai orang tua kandung yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan selalu mendoakan untuk keberhasilan, beserta saudara-saudari (Kakak Heribertus Cristianto Hardimans, Yunitha Rahma Sarri, Yasintha Pelita) yang telah memberikan dukungan dan doa untuk meraih gelar Sarjana Manajemen ini.

9. Sahabat-sahabat Manajemen kelas B, Jendral 2020, Pulang pagi demi skripsi, Info party, Beban tugas, yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan, selama kuliah dan penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman gang Ary lengi, Iksan dasal, Ecan herson, Edwyn serman, Andika katoda, Yano kala, Edy fallo, Agung kolo, Rio kolo, Endo Forgan, Helmi kolo, Mario alviano, Abed berek, Soni daga, Rio paa, Yoseph ga, Rio demangkay, Ardian tinenti yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama kuliah.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberkati kita semua.

Kupang, April 2024

Penulis



## ABSTRAK

Emanuel Yodi Natalino (32120106), dengan judul “Pengaruh *Viral Marketing* dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Pembelian dengan Gaya Hidup sebagai variabel mediasi pada Rokok Elektrik (Vape) di Kota Kupang”. Di bawah bimbingan Ibu Maria A. L Amaral, SE, MM selaku pembimbing I dan Bapak Engelbertus G. Ch. Watu, SE, MM selaku pembimbing II.

Toko vapexx kupang merupakan salah satu dari banyaknya toko vape yang ada di kota kupang. Toko vapexx kupang berdiri dari tahun 2018 dan masih bertahan sampai sekarang. Perkembangan data penjualan pada Toko Vapexx Kupang selama 6 tahun (2018-2023) mengalami fluktuasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah membeli pada toko vapexx kupang dengan jumlah yang tak diketahui. Sampel dalam penelitian ini yaitu 104 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *Google Form*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel *Viral Marketing* sebesar 61,47%, variabel Norma Subjektif 60,76%, variabel Gaya Hidup 48,38%, dan variabel Keputusan pembelian 54,45% semua variabel termasuk dalam kategori cukup baik. Hasil pengujian *Viral Marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup hal ini didasarkan pada hasil dari pengujian data untuk hipotesis pertama diperoleh menunjukkan nilai  $t_{\text{statistik}}$  sebesar  $4,695 > t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,96. Norma Subjektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup, hal ini didasarkan pada hasil dari pengujian data untuk hipotesis kedua diperoleh dari nilai  $t\text{-statistic}$  sebesar  $2,347 > t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,96. Gaya Hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini didasarkan pada hasil dari pengujian data untuk hipotesis ketiga diperoleh nilai  $t\text{-statistic}$  sebesar  $1,783 > t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,96. *Viral Marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini didasarkan pada hasil dari pengujian data untuk hipotesis keempat diperoleh nilai  $t\text{-statistik}$  sebesar  $3,364 < t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,96. Norma Subjektif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini didasarkan pada hasil dari pengujian data untuk hipotesis kelima diperoleh nilai  $t\text{-statistic}$  sebesar  $1,023 < t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,96 dengan  $p\text{ values}$  sebesar  $0,153 > 0,05$ . Gaya Hidup mampu memediasi *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian, hal ini didasarkan pada hasil dari pengujian data untuk hipotesis keenam menunjukkan koefisien  $t_{\text{statistik}}$  sebesar  $1,660 < t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,96. Gaya Hidup tidak mampu memediasi Norma Subjektif terhadap Keputusan Pembelian, hal ini didasarkan pada hasil dari pengujian data untuk hipotesis ketujuh menunjukkan koefisien  $t_{\text{statistik}}$  sebesar  $1,319 > t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,96.

**Kata kunci:** *Viral Marketing*, Norma Subjektif, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Masalah Penelitian .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>14</b>
A. Konsep Pemasaran .....	14
B. Keputusan Pembeli .....	18
C. Gaya Hidup.....	22
D. Norma Subjektif .....	23
E. <i>Viral Marketing</i> .....	25
F. Penelitian Terdahulu.....	26
G. Pengembangan Hipotesis Dan Model Penelitian .....	30
H. Hipotesis Penelitian.....	37

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	38
B. Populasi dan Sampel .....	38
C. Jenis Data .....	39
D. Teknik Pengumpulan Data .....	41
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran .....	41
F. Analisis Data .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Karakteristik Responden .....	51
B. Uji Validitas dan Realibilitas ( <i>Pre-Test</i> ) .....	54
C. Teknik Analisis Data .....	57
D. Pembahasan Penelitian .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN.....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.2 Data Penjualan Toko Vapexx Kota Kupang Tahun 2018-2022 .....	8
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran ....	42
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Data Pre-Test .....	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Data Pre-Test .....	55
Tabel 4.3 Outer Loadings .....	56
Tabel 4.4 Construct Reliability and Validity .....	56
Tabel 4.5 Discriminant Validity .....	56
Tabel 4.6 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian .....	57
Tabel 4.7 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Gaya Hidup (Z) .....	58
Tabel 4.8 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Viral Marketing (X1).....	59
Tabel 4.9 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Norma Subjektif (X2) .....	59
Tabel 4.10 Discriminant Validity Cross Loadings .....	63
Tabel 4.11 Nilai Average Variance Extracted.....	64
Tabel 4.12 Nilai Composite Reliability.....	65
Tabel 4.13 Nilai Cronbach Alpha .....	65
Tabel 4.14 Path Coefficient .....	66
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan R-Square .....	67
Tabel 4.16 Hubungan Langsung Antara Variabel Viral Marketing, Norma Subjektif, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian .....	69
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Total Indirect Effect .....	71

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	30
Gambar 3.1 Diagram Jalur .....	47
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	53
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Gambar 4.5 Analisis Jalur PLS untuk melihat Outer Model 1 (Convergen Validity) .....	61
Gambar 4.6 Diagram Path Hubungan Antara Viral Marketing, Norma Subjektif, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian .....	68