

**PENGARUH PEMASARAN VIRAL, SELEBRITI ENDORSER, KUALITAS  
PRODUK, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGUNAAN APLIKASI AJAIB DI MASA PANDEMI (STUDI KASUS PADA  
MAHASISWA JENJANG SARJANA FE UNJ)**

**KARTIKO ABIMANYU**

**1705617022**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

***THE INFLUENCE OF VIRAL MARKETING, CELEBRITY ENDORSERS,  
PRODUCT QUALITY, AND BRAND AWARENESS ON DECISIONS TO USE  
AJAIB APPLICATION IN A PANDEMIC ERA (CASE STUDY ON  
UNDERGRADUATE DEGREE FE UNJ STUDENTS)***

**KARTIKO ABIMANYU**

**1705617022**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis was written to comply one of the requirements to get a Bachelor  
Degree of Management at Economic Faculty of Universitas Negeri Jakarta*

**BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

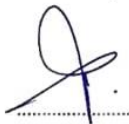

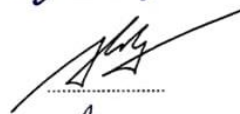

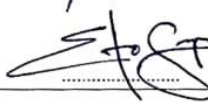
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.

NIP 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D. NIP 197412212008121001 (Ketua Sidang)		.....
2	Dr. Osly Usman, M.Bus NIP 197401152008011008 (Penguji 1)		.....
3	Shandy Aditya, BIB, MPBS NIP 198404082019031003 (Penguji 2)		.....
4	Prof. Dr. Suherman, M.Si NIP 197311162006041001 (Pembimbing 1)		.....
5	M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. NIP 197201252002121002 (Pembimbing 2)		29/01/2024
Nama : Kartiko Abimanyu No. Registrasi : 1705617022 Program Studi : S-1 Manajemen Tanggal Lulus : 15 Januari 2024			

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

## LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian 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, 15 Januari  
2024



Kartiko Abimanyu

## 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](http://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 : Kartiko Abimanyu  
NIM : 1705617022  
Fakultas/Prodi : Ekonomi / S1 Manajemen  
Alamat email : Kartiko.abimanyu@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 Pemasaran Viral, Selebriti Endorser, Kualitas Produk, dan Kesadaran Merek Terhadap

Keputusan Penggunaan Aplikasi Ajaib Di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jenjang Sarjana FE UNJ)

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, 15 Januari 2024

Penulis  
  
( Kartiko Abimanyu )  
nama dan tanda tangan

## ABSTRAK

**Kartiko Abimanyu, 2024;** Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pemasaran viral, selebriti Endorser, kualitas produk, dan kesadaran merek terhadap keputusan penggunaan aplikasi Ajaib investasi di masa pandemi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linear berganda. Regresi linear adalah teknik statistika untuk membuat model dan menyelidiki pengaruh antara satu atau beberapa variabel bebas terhadap satu variabel respon. Teknik pengambilan sampel dengan model purposive sampling dengan jumlah 339 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran viral mempengaruhi keputusan penggunaan secara positif dan signifikan; selebriti endorser tidak mempengaruhi keputusan penggunaan; kualitas produk mempengaruhi keputusan penggunaan secara positif dan signifikan; kesadaran merek mempengaruhi keputusan penggunaan secara positif dan signifikan.

**Kata Kunci:** Pemasaran Viral, Selebriti Endorser, Kualitas Produk, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*Kartiko Abimanyu, 2024; This research was conducted to analyze the influence of viral marketing, celebrity endorsers, product quality, and brand awareness on decisions to use the Ajaib investment application during the pandemic. This research is quantitative research using an associative approach. The data analysis technique uses the multiple linear regression method. Linear regression is a statistical technique for creating models and investigating the influence of one or several independent variables on a response variable. The sampling technique was a purposive sampling model with a total of 339 respondents. The research results show that Viral marketing influences usage decisions positively and significantly, Celebrity endorsers do not influence usage decisions, Product quality influences usage decisions positively and significantly, Brand awareness influences usage decisions positively and significantly.*

**Keywords:** *Viral Marketing, Celebrity Endorsers, Product Quality, Brand Awareness, Purchase Decisions*

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadirat TUHAN YME karena atas berkat dan izinnya saya dapat menyelesaikan skripsi penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Viral, Selebriti Endorser, Kualitas Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ajaib Di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jenjang Sarjana Fe Unj)” dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan bantuan, termasuk di antaranya kepada Prof. Dr. Suherman, M.Si. sebagai pembimbing I dan M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. sebagai Pembimbing II.

Terima kasih untuk orang yang sangat saya sayangi Ibu, Ayah dan seluruh abang saya, serta kekasih saya tercinta Angel Afriyanti yang selalu mendukung penulisan dalam segala hal untuk proses penyelesaian skripsi ini. Dosen-dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang selama ini memberikan pengajaran serta arahan sehingga saya dapat memahami dan menyelesaikan studi ini, serta seluruh Staf Admin untuk Program dan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi Penulis serta pemberkasan. Terimakasih juga untuk teman-teman seperjuangan yang telah berjuang dari awal sampai dengan sekarang akhir semester yang selalu memberikan dukungan kepada Penulis.

Jakarta, 15 Januari 2024



Kartiko Abimanyu

NIM. 1705617022



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran TUHAN YME karena atas berkat dan izinnya saya dapat menyelesaikan skripsi penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Viral, Selebriti Endorser, Kualitas Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ajaib Di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jenjang Sarjana Fe Unj)” dengan baik.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis mendapat banyak sekali bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara materil maupun moril, oleh karena itu maka penulis ingin mengucapkan banyak sekali terima kasih, terutama kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Dr. Suherman, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang berjasa selalu dalam membimbing penulisan dan pengarahan dalam penyusunan Skripsi ini.
4. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing II yang berjasa selalu dalam membimbing penulisan dan pengarahan dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Para Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang selama ini memberikan materi pengajaran terkait studi di dalam program studi Manajemen.
6. Orang yang sangat saya sayangi, Ibu saya yang bernama Tati Sri Mulyani dan Ayah saya yang bernama Fadi Susanto yang senantiasa mendoakan saya dan selalu mendukung penulisan dalam segala bentuk baik moril maupun materil untuk proses penyelesaian skripsi ini.
7. Orang-orang yang juga sangat berjasa dalam penyelesaian penelitian ini yang selalu menyemangati saya dan mendukung secara materil yaitu abang-abang saya yang sangat saya sayangi, Mas Bhayu, Mas Indra, dan Mas Ndaru.
8. Orang spesial yang saya sayangi yang selalu mendukung saya dalam proses menyelesaikan skripsi ini sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat

terselesaikan dengan baik, yaitu kekasih saya tercinta, Angel Afriyanti.

Selanjutnya Penulis juga menyadari bahwa masih ada banyak sekali kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk proses penyempurnaan skripsi ini agar menjadi lebih baik lagi. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian yang serupa. Penelitian ini menggunakan pedoman terbaru yang telah disebarakan oleh pihak Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 15 Januari 2024



Kartiko Abimanyu

