
**Viral Marketing, Karakteristik Konsumen, Karakteristik Produk,
Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian Online**

by:

Philia Magdalena Effendie ⁽¹⁾

I G. N. Putra Suryanata ⁽²⁾

Undiknas Graduate School

Jl. Waturenggong No. 164, Denpasar, Bali

philia_effendie@yahoo.co.id ⁽¹⁾

putra_s56@yahoo.com ⁽²⁾

ABSTRACT

The research objective to be achieved is the influence of viral marketing, consumer characteristics, product characteristics to customer trust and online purchasing decisions.

The population of this research were students of Undiknas Denpasar who had been online purchased and the sample of this research was taken as many as 100 people. This sample is taken by Accidental Sampling technique. Data analysis using Structured Equation Model (SEM).

The results of this research indicate that there is a positive and significant influence between viral marketing, consumer characteristics and product characteristics to customer trust and online purchasing decisions. Similarly, customer trust has a positive and significant impact on online purchasing decisions.

Keywords: viral marketing; consumer characteristics; product characteristic; customer trust; online purchasing decisions

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui pengaruh *viral marketing*, karakteristik konsumen, karakteristik produk, pada kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian *online*.

Populasi penelitian adalah mahasiswa Undiknas Denpasar yang pernah melakukan pembelian secara *online* dan sampel penelitian ini diambil sebanyak 100 orang. Sampel ini diambil dengan teknik *Accidental Sampling*. Analisa data menggunakan *Structured Equation Model* (SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *viral marketing*, karakteristik konsumen dan karakteristik produk terhadap kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian *online*. Begitu pula kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online*.

Kata kunci: viral marketing; karakteristik konsumen; karakteristik produk; kepercayaan pelanggan; keputusan pembelian online

DAFTAR PUSTAKA

- Angka, A.T., and Darma, G.S. (2016). The Impact of Leadership Style on Employee's Satisfaction, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 78-91.
- Adnyasuari, P.A.S., and Darma, G.S. (2017). Technology Acceptance Model dan E-Satisfaction in Mobile Banking, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 1-12.
- Andini, N.P., Suharyono and Sunarti. (2014). Pengaruh Viral marketing terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11 (1), Juni 2014.
- Anglesti, A. (2016). *Pengaruh Viral Marketing terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen pada Instagram @makananjember*, Artikel Ilmiah Mahasiswa. Universitas Jember, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Anwar, I., and Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, **4** (12), Desember 2015.
- Arifin, A. (2003). *Viral Marketing*. Yogyakarta: Penerbit: Andi.
- Arsriani, I.A.I., and Darma, G.S. (2013). Peran Media Sosial Online Dan Komunitas Terhadap Keputusan Nasabah Bank, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, **10** (2): 48-68.
- Adnyana, R., and Darma, G.S. (2015). Strategi Marketing Mix, Yield Management, Customer Satisfaction and Occupancy Rate, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (1): 92-115.
- Artawijaya, I.G.P.A., and Darma, G.S. (2015). Evaluation The Effectivity of Performance Management Online System to Improving The Employees Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 73-89.
- Budiasni, N.W.N., and Darma, G.S. (2016). Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada Lembaga Keuangan Berbasis Kearifan Lokal, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (2): 1-19.
- Chen, S.C., and Dhillon, G.S. (2003). *Interpreting Dimensions of Consumer Trust in E-Commerce, Information Technology and Management*, **4** : 303-318.
- Darma, G.S. (2004). Qualitative and Quantitative Data in Management Research: A Study of the Banking Industry, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, **16** (2): 107-118.
- Devaraj, F., and Kohli. (2003). E-Loyalty-Elusive Ideal or Competitive Edge, *Communication of the ACM*, **46** (9): 184-191.
- Dewi, A.A.I.S., and Darma, G.S. (2017). Proses Rekrutmen, Seleksi, Pelatihan, Penempatan dan Kinerja Karyawan, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (1): 1-18.

- Dewi, N.M.A.T., and Darma, G.S. (2016). Efektivitas Leadership, Growth Performance dan Regulasi Otoritas Jasa Keuangan, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 1-13.
- Dewi, C.R., and Darma, G.S. (2014). Website Usability, Satisfaction, Loyalty, Security Perception, Trust, and Word of Mouth in e-Commerce Business, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (2): 1-30.
- Dias, A. (2012). *Analisis Kepercayaan Konsumen terhadap Situs Jual Beli tokobagus.com: Antecedents dan outcome*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Farela, D., and Darma, G.S. (2014). Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Brand Awareness dan Brand Attitude, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (1): 35-47.
- Fauziah, R. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Sepatu Merek The Little Things She Needs*, *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi 3. Semarang: Agf Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- George, J. F. (2004). *The Theory of Planned Behaviour and Internet Purchasing*. *Internet Research*, **14** (3): 198-212.
- Ha, H.Y., and Perks, H., (2005). Effects of Consumer Perceptions of Brand Trust Online, *Journal of Product and Brand Management*, **13** (5): 329-342.
- Hansen, D.R., and Mowen, M.M. (2011). *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Penerbit: Salemba Empat.
- Hikmawati, K.A., Arifin, Z., and Hidayat, K. (2016). Pengaruh Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis*, **37** (2). Universitas Brawijaya, Malang.
- Horppu, M., Kuivalainen, O., Tarkiainen, A., and Ellonen, H.K. (2008). Online Satisfaction, Trust and Loyalty, and the Impact of the Offline Parent Brand, *Journal of Product and Brand Management*, **17** (6): 403-413.
- Hsu, S.S., and Chang, J. (2011). *A multi-attribute NSS for Purchasing Negotiation*, *19th International Conference on Multiple Criteria Decision Making (MCDM 2008)*. New Zealand.
- Hurriati, R. (2008). *Bauran Pemasaran Jasa dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Istikhomah, I., and Darma, G.S. (2016). Masifnya Penggunaan Online Travel Agents Dalam Meningkatkan Revenue Pemasaran, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **13** (1): 52-63.

- Ilham, D.A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Online Store Lazada sebagai E-commerce terpercaya di Indonesia, *Jurnal Simsi-Economic*, **1.1**, (4).
- Jayadi, D., and Suryono, B.S. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha, *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kanten, I.K., and Darma, G.S. (2017). Consumer Behaviour, Marketing Strategy, Customer Satisfaction, and Business Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 143-165.
- Krisnamurti, M.B., and Darma, G.S. (2015). Strategi Diferensiasi Produk dan Jasa di Industri Digital Printing, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (1): 122-139.
- Kaplan, A. M., and Haenlein, M. (2012). User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, *Business Horizons*, **53**: 59-68.
- Kitananda, A. (2009). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki Blitz pada PT. Sinar Gemala Sakti Semarang Timur*, Tesis Unnes.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*, 13rd edition. New Jersey, Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Kurniawan, W. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepercayaan Konsumen Produk Notebook*, Naskah Publikasi Ilmiah, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- Meliana, S., and Setiawan, B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ilmiah Manajemen STIE Kesatuan*, **1** (3).
- Mongi, L., Mananeke, L., and Repi, A. (2013). Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado, *Jurnal EMBA*, **1** (4).
- Moorman, C., Deshpande, R., and Zaltman, G. (1993). Factors Affecting Trust in Market Research Relationships, *Journal of Marketing*, **57** (1).
- Morgan, R.M., dan Hunt, S.D. (1994). The Commitment-trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, **58** (3).
- Mowen, J. C., and Minor, M.S. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit: Erlangga.
- Murherjee, A., and Nath, P. (2003). A Model of Trust in Online Relationship Banking, *International Journal of Bank Marketing*, **21** (1).

- Nesia, A., and Darma, G.S. (2015). Diversification Analyzes the Concept of Branding and Promotion to Company Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 125-171.
- Nugoho, A., and Fajar. (2010). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Nokia*. Universitas Diponegoro.
- Purnantara, I.M.H., and Darma, G.S. (2015). Competency, Organizational Health, Job Career, Job Performance And Employees Turnover, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 90-124.
- Peter, J.P., and Olson, J.C. (2010). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*, 9th Edition. New York, USA: Mc Graw Hill.
- Pranata, I.M.A., and Darma, G.S. (2014). Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (1): 69-81.
- Prasaranphanich. (2007). *Perilaku Konsumen: Analisis Model Keputusan*. Yogyakarta: Penerbitan Universitas Atmajaya.
- Purba, R.S. (2016). Pengaruh *Viral Marketing* melalui Aplikasi Line terhadap Keputusan Pembelian, *e-proceeding of Applied Science*, **2** (2), Universitas Telkom.
- Permanasari, I.A.S., and Darma, G.S. (2013). Pengaruh Penggunaan Internet Banking Terhadap Rasa Aman, Rasa Percaya Dan Loyalitas Nasabah Dalam Meningkatkan Saldo Bank, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, **10** (1): 186-204.
- Rofiq, A. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia)*, Tesis FPS, Universitas Brawijaya, Malang.
- Rousseau, D.M., Sitkin, S.B., Burt, R.S., and Camerer, C. (1998). *A Cross-Discipline View of Trust*, *Academy of Management Review*, **23** (3).
- Sadeh. (2011). The Structurral Model of E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, Trust, Customer Perceived Value and E-Loyalty, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, **5** (3).
- Saefulloh, D.A., and Darma, G.S. (2014). Strategi Marketing Wisata Wedding Sebagai Destinasi Alternatif, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (1): 17-34.
- Santoso, D.T., and Purwanti, E. (2013). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang, *Jurnal Among Makarti*, **6** (12), Desember 2013.

- Sukerta, I.P.G., and Darma, G.S. (2014). Application Of Information Technology Integrated System To Improving The Quality And Financial Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (2): 72-88.
- Schiffman, L.G., and Kanuk, L.L. (2009). *Persepsi Kualitas, Consumer Behaviour*. New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Setiadi, N.J. (2003). *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Jakarta: Penerbit Prenada Media.
- Sibero, A.F.K. (2011). *Kitab Suci Web Programming*. Yogyakarta: Mediakom.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit: Gramedia Pustaka Utama.
- Soeryanto, E.S. (2010). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung: Panduan bagi Pengusaha, Calon Pengusaha, Mahasiswa dan Kalangan Dunia Usaha*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Solomon, M.R. (2012). *Consumer Behaviour, Buying, Having dan Being*, 10th edition. Pretice Hall International, Inc.
- Subagio, R.A., Suharyono., and Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis*, **23** (1), Universitas Brawijaya, Malang.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-16. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Suhartono, E., and Anissa, N. (2014). *Analisis Faktor Trust dan Pengaruh Trust terhadap Loyalty Nasabah Internet Banking*. INFOKAM No.I/Th.X/Maret/14.
- Sujana, E.C.S. (2012). Pengaruh Karakteristik Individu dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Blackberry, *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, **12** (1), 2012.
- Sumardy, S.M., and Melone, M. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Penerbit: Gramedia.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunjana and Ekaputi, S.C. (2012). *Pengaruh Karakteristik Individu dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Blackberry*.

- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit: Graha Ilmu.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F., and Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*, Edisi 3. Jakarta: Andi.
- Turban, E. (2004). *Electronic Commerce a Managerial Perspective*. New Jersey: Pearson Education International.
- Widiastra, I.K., and Darma, G.S. (2015). Komitmen, Kepuasan Kerja, Organizational Citizenship Behavior dan Kinerja Pegawai Kontrak, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (2): 214-241.
- Wiandari, I.A.A., and Darma, G.S. (2017). Kepemimpinan, Total Quality Management, Perilaku Produktif Karyawan, Kinerja Karyawan dan Kinerja Perusahaan, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 61-78.
- Wiranaga. (2009). *Viral Marketing: Definisi, Kriteria Pendukung, Kelebihan dan Kelemahan Viral Marketing*.
- Yudiastra, P.P., and Darma, G.S. (2015). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi, Disiplin Kerja, Insentif, Turnover Terhadap Kinerja Pegawai, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **12** (1): 156-172.
- Yousafzai, S.Y., Pallister, J.G., and Foxall, G.R. (2003). A Proposed Model of ETrust for Electronic Banking, *Technovation*, 23: 847-860.