

SKRIPSI
PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *FOOD QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI MIE POCHA
BANJARMASIN



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

AHMAD SADILAH

NIM : 2010312210099

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN

2026

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *FOOD QUALITY*, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI MIE POCHA
BANJARMASIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

AHMAD SADILAH
NIM. 2010312210099

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 3 Januari 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



RUSNIATI, SE, M.Si
NIP. 19721117 199702 2 004

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen



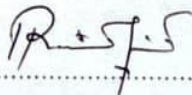
Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Ahmad Sadilah
NIM : 2010312210099
Jurusan/Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing, Food Quality, dan Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Mie Pocha Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jumat, 3 Januari 2025
Pukul : 14:00 – 16:00 WITA

TIM PENGUJI

Pembimbing : Rusniati, SE, M.Si (..........)

Penguji 1 : Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D


Penguji 2 : Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Ahmad Sadilah
NIM : 2010312210099
Jurusan/Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing, Food Quality*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Mie Pocha Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari/Tanggal : Jumat, 3 Januari 2025
Tempat : Ruang Sidang 1 PG
Waktu Ujian : 14:00 – 16:00 WITA


Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan tim penguji.

Nama	Keterangan	TTD
<u>RUSNIATI, SE, M.Si</u> NIP. 19721117 199702 2 004	Pembimbing	

Demikian berita acara perbaikan ujian skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Dosen Pembimbing.

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen

Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Banjarmasin, 30 Januari 2026
Mahasiswa

Ahmad Sadilah
NIM. 2010312210099

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 30 Januari 2026
Yang membuat pernyataan,



Ahmad Sadilah
NIM. 2010312210099

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang dengan limpahan rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini berjudul " Pengaruh *Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Pocha Banjarmasin ". Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dan bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen.

Penulis ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada semua yang telah memberikan dukungan dan bantuan berharga dalam perjalanan penyelesaian skripsi ini. Kesadaran penulis akan fakta bahwa pencapaian ini tidak akan terwujud tanpa kontribusi berbagai pihak menjadi dasar ungkapan terima kasih ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Rusniati, SE, M.Si sebagai Dosen Pembimbing yang dengan kesediaannya menyediakan waktu untuk memberikan konsultasi, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas kontribusi ide, saran, dan solusi yang berharga terhadap permasalahan yang penulis hadapi selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Ibu Profesor Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, PhD dan Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si sebagai Dosen Penguji yang dengan kerelaan hati menyediakan waktu untuk menguji proposal skripsi saya, serta memberikan saran-saran yang berharga untuk meningkatkan kualitas proposal ini. Terima kasih atas dedikasi dan kontribusi Anda dalam membantu perbaikan proposal menjadi lebih baik.
5. Para Pendidik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, yang telah melibatkan diri dalam proses pendidikan, bimbingan, dan penyaluran ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis. Terima kasih atas dedikasi dan kontribusi luar biasa Anda dalam membentuk pengetahuan dan pemahaman saya.
6. Orang tua, Paman, kakak dan seluruh keluarga besar yang tidak pernah lelah untuk mendukung dan mendoakan proses pengerjaan skripsi
7. Teman-teman tercinta Indra, Zahra, Maya, dan herry yang tergabung dalam grup Remaja Mesjid Pecinta Tartil (REMAS PENTIL) yang sudah menemani proses pembuatan skripsi.
8. Kekasih saya yang saya cintai Dhiya Kholda Islami Ibrahim yang selalu mensupport dan menyemangati saya dalam pembuatan skripsi.
9. Ahmad Sadilah, saya sendiri yang sudah berjuang dan bertahan untuk menyelesaikan pembuatan skripsi ini.

Semoga dengan segala dukungan, bantuan, dan doa yang diberikan, penulis memperoleh keberkahan dari Allah SWT. Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan

masukan yang konstruktif dari pembaca. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang berarti bagi para pembacanya.

Banjarmasin, 30 Januari 2026

Peneliti,

Ahmad Sadilah

2010312210099

ABSTRACT

Ahmad Sadilah (2024). *The Effect of Viral Marketing, Food Quality, and Brand Image on Purchasing Decisions at Pocha Noodle Shop Banjarmasin*. Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Lambung Mangkurat University. Advisor: Rusniati

This study aims to analyze the effect of Viral Marketing on purchasing decisions at Kedai Mie Pocha Banjarmasin, analyze Food Quality on purchasing decisions at Kedai Mie Pocha Banjarmasin, analyze Brand Image on purchasing decisions at Kedai Mie Pocha Banjarmasin, and analyze the effect of Viral Marketing, Food Quality, and Brand Image on purchasing decisions at Kedai Mie Pocha Banjarmasin.

This type of research is quantitative research. The population in this study was taken from consumers in Banjarmasin City who had bought products at Kedai Mie Pocha Banjarmasin. The number of samples was 100 people. The sampling technique was purposive sampling. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis.

The results showed that Viral Marketing affects purchasing decisions at Kedai Mie Pocha Banjarmasin. Food Quality affects purchasing decisions at Pocha Noodle Shop Banjarmasin. Brand Image affects the decision at Kedai Mie Pocha Banjarmasin. Viral Marketing, Food Quality, and Brand Image affect Purchasing Decisions at Pocha Noodle Shop Banjarmasin.

Keywords: *Viral Marketing, Food Quality, Brand Image, Purchasing Decisions*

ABSTRAKSI

Ahmad Sadilah (2024). Pengaruh *Viral Marketing*, *Food Quality*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Pocha Banjarmasin. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: Rusniati

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Viral Marketing* terhadap keputusan pembelian pada Kedai Mie Pocha Banjarmasin, menganalisis *Food Quality* terhadap keputusan pembelian pada Kedai Mie Pocha Banjarmasin, menganalisis *Brand Image* terhadap keputusan pembelian Pada Kedai Mie Pocha Banjarmasin, serta menganalisis pengaruh simultan *Viral Marketing*, *Food Quality*, dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian pada Kedai Mie Pocha Banjarmasin

Penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Kota Banjarmasin yang pernah membeli produk di Kedai Mie Pocha Banjarmasin. Jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik sampling berupa *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Viral Marketing* berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian pada Kedai Mie Pocha Banjarmasin. *Food Quality* berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian pada Kedai Mie Pocha Banjarmasin. *Brand Image* berpengaruh parsial terhadap Keputusan pada Kedai Mie Pocha Banjarmasin. *Viral Marketing*, *Food Quality*, dan *Brand Image* berpengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Mie Pocha Banjarmasin.

Kata Kunci: Viral Marketing, Food Quality, Brand Image, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

<i>LEMBAR LEGALITAS</i>	<i>ii</i>
<i>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI</i>	<i>iii</i>
<i>LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI</i>	<i>iv</i>
<i>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</i>	<i>v</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>vi</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>ix</i>
<i>ABSTRAKSI</i>	<i>x</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>vi</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>ix</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>x</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>x</i>
<i>BAB 1</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 <i>Latar Belakang</i>	<i>1</i>
1.2 <i>Rumusan Masalah</i>	<i>13</i>
1.3 <i>Tujuan Penelitian</i>	<i>13</i>
1.4 <i>Manfaat Penelitian</i>	<i>14</i>
<i>BAB II</i>	<i>16</i>
<i>LANDASAN TEORI</i>	<i>16</i>
2.1 <i>Landasan Teori</i>	<i>16</i>
2.1.1 <i>Pemasaran</i>	<i>16</i>
2.1.2 <i>Viral Marketing</i>	<i>16</i>
2.1.3 <i>Food Quality</i>	<i>18</i>
2.1.4 <i>Brand Image</i>	<i>21</i>
2.1.5 <i>Keputusan Pembelian</i>	<i>23</i>
2.1.6 <i>Pengaruh Antar Variabel</i>	<i>28</i>
2.2 <i>Penelitian Terdahulu</i>	<i>33</i>
<i>BAB III</i>	<i>40</i>
<i>KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN</i>	<i>40</i>
3.1 <i>Kerangka Konseptual</i>	<i>40</i>
3.2 <i>Hipotesis Penelitian</i>	<i>41</i>
3.2.1 <i>Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian</i>	<i>41</i>

3.2.2	<i>Food Quality terhadap Keputusan Pembelian</i>	42
3.2.3	<i>Brand Image terhadap Keputusan Pembelian</i>	43
3.2.4	<i>Viral Marketing, Food Quality dan Brand Image secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.</i>	44
BAB IV	46
METODE PENELITIAN	46
4.1	<i>Ruang Lingkup Penelitian</i>	46
4.2	<i>Jenis Penelitian</i>	46
4.3	<i>Tempat/Lokasi Penelitian</i>	47
4.4	<i>Unit Analisis</i>	47
4.5	<i>Populasi dan Sampel</i>	47
4.5.1	<i>Populasi</i>	47
4.5.2	<i>Sampel</i>	47
4.6	<i>Variabel dan Definisi Operasional Variabel</i>	48
4.6.1	<i>Variabel Penelitian</i>	48
4.6.2	<i>Definisi Operasional Variabel</i>	49
4.7	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	51
4.7.1	<i>Kuesioner</i>	52
4.7.2	<i>Skala Pengukuran</i>	52
4.8	<i>Teknik Analisis Data</i>	53
4.8.1	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	53
4.8.2	<i>Uji Validitas</i>	53
4.8.3	<i>Uji Reabilitas</i>	54
4.8.4	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	54
4.8.5	<i>Uji Hipotesis</i>	57
BAB V	58
HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	58
5.1	<i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i>	58
5.1.1	<i>Identitas Obyek Penelitian</i>	58
5.2	<i>Hasil dan Analisis</i>	64
5.2.1	<i>Karakteristik Responden</i>	64
5.2.2	<i>Deskripsi Statistik Variabel Penelitian</i>	66
5.2.3	<i>Uji Validitas</i>	71
5.2.4	<i>Uji Reliabilitas</i>	73

5.2.5	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	73
5.2.6	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	76
5.2.7	<i>Uji F (Uji Simultan)</i>	78
5.2.8	<i>Uji t (Uji Parsial)</i>	79
5.2.9	<i>Pembahasan Hasil Penelitian</i>	81
5.2.10	<i>Implikasi Hasil Penelitian</i>	86
5.2.11	<i>Keterbatasan Penelitian</i>	91
<i>BAB VI</i>		92
<i>KESIMPULAN DAN SARAN</i>		92
6.1	<i>Kesimpulan</i>	92
6.2	<i>Saran</i>	92
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>		93
I	<i>Petunjuk Pengisian</i>	96
II	<i>Identitas Responden</i>	97
<i>Daftar Kuesioner</i>		98