

**ANALISIS PENGARUH *VIRAL MARKETING, SOCIAL MEDIA*
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA *VIRTUAL HOTEL OPERATOR*
OYOROOMS DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh
DIYAH AYU LARASATI
NIM: G73217075



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERNYATAAN

Saya, **Diyah Ayu Larasati, G03217075** menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 23 Juni 2023



Diyah Ayu Larasati
NIM. G73217075

PERSETUJUAN SKRIPSI/MUNAQSAH

Surabaya, 26 Juni 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen pembimbing,



Deasy fabriana, MM
NIP. 198312282011012009

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *SOCIAL MEDIA* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
VIRTUAL HOTEL OPERATOR OYOROOMS DI KOTA SURABAYA**

Oleh:
Diyah Ayu Larasati
NIM.G73217075


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pada
tanggal 26 Juni 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk

Diterima

Susunan Dewan Penguji :

1. Deasy Tantriana, M.M
NIP. 198312282011012009
(Penguji 1)
2. Muchammad Saifuddin, M.SM
NIP. 198603132019031011
(Penguji 2)
3. Rahma Ulfa Maghfiroh, SE., MM.
NIP: 198612132019032009
(Penguji 3)
4. Riska Ayu Setiawati, S.E.,M.SM
NIP. 199305032019032020
(Penguji 4)

Tanda Tangan


(.....)


(.....)


(.....)


(.....)



Surabaya, 26 Juni 2023

Dekan

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Diyah Ayu Larasati
NIM : G73217075
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen
E-mail address : dayularasati98@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH VIRAL MARKETING, SOCIAL MEDIA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP

KEPUASAN PELANGGAN PADA VIRTUAL HOTEL OPERATOR OYOROOMS DI KOTA SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, 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 UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 Desember 2024

Penulis



(Diyah Ayu Larasati)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *viral marketing*, *social media* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *virtual hotel operator* oyorooms di Kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah *customer* yang pernah menggunakan Virtual hotel Operator Oyorooms di Kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non-probability sampling. Sampel penelitian digunakan sebanyak 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *Google Form*. Metode analisis dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan untuk menghitung data menggunakan software SPSS. Berdasarkan analisis data, output uji t menjelaskan bahwa variabel X1 diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,796 dengan nilai Sig sebesar 0,000 dengan arti H0 ditolak dan H1 diterima. Variabel X2 memiliki nilai t-hitung sebesar 3,765 dengan nilai Sig sebesar 0,000 dengan arti H0 ditolak dan H2 diterima. Variabel X3 memiliki nilai t-hitung sebesar 2,326 dengan nilai Sig sebesar 0,022 dengan arti H0 ditolak dan H3 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Social Media, Viral Marketing dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Viral Marketing*, *Social Media*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of viral marketing, social networking and service quality on customer satisfaction in virtual hotel operator Oyorooms, in the city of Surabaya. The population included in this survey were customers using Maya Hotel Operator's Oyorooms in the city of Surabaya. The sampling technique in this investigation used non-probability sampling. The survey sample used was 100 respondents. Data collection used questionnaires through Google Forms. The method of analysis in this investigation was quantitative method and calculation of data using SPSS software. Based on the data analysis, the t-test output explains that the variable Variable X2 has a t-value of 3.765 with a Sig value of 0.000, which means that H0 is rejected and H2 is accepted. Variable X3 has a t-value of 2.326 with a Sig value of 0.022, which means that H0 is rejected and H3 is accepted. Hence, it can be concluded that Social Media, Viral Marketing and Service Quality have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Viral marketing, Social networks, Service quality, Customer satisfaction*



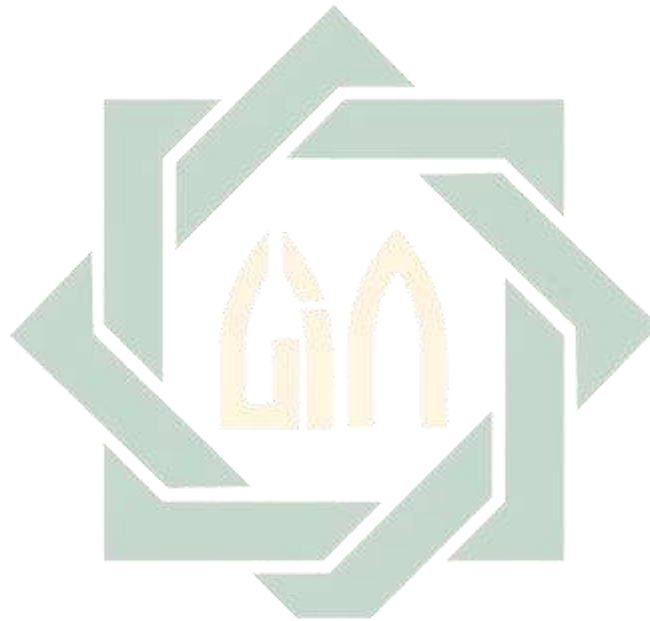
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Viral Marketing</i>	14
2.1.2 Sosial Media.....	18
2.1.3 Kualitas Pelayanan	21
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	34
2.3 Kerangka Konseptual	36
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	39

3.3	Populasi dan Sample Penelitian	40
3.4	Variabel Penelitian	41
3.5	Definisi Operasional.....	42
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.6.1	Uji Validitas	43
3.6.2	Uji Reliabilitas	43
3.7	Data dan Sumber	44
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.9	Teknik Analisis Data	45
3.9.1	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.9.2	Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	51
4.2	Karakteristik Responden.....	53
4.3	Analisis Data.....	54
4.3.1	Uji Validitas.....	54
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	55
4.3.3	Uji Normalitas	56
4.3.4	Uji Multikolinieritas.....	57
4.3.5	Uji Heteroskedastisitas.....	58
4.3.6	Analisis Linier Berganda.....	59
4.3.7	Uji R-Square.....	61
4.3.8	Uji-t.....	61
4.3.9	Uji-f.....	63
4.4	Pembahasan.....	63
4.4.1	Pengaruh <i>viral marketing</i> terhadap kepuasan pelanggan <i>virtual hotel operator</i> Oyorooms di Kota Surabaya.....	64
4.4.2	Pengaruh <i>social media</i> terhadap kepuasan pelanggan <i>virtual hotel operator</i> Oyorooms di Kota Surabaya.....	65
4.4.3	Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan <i>virtual hotel operator</i> Oyorooms di Kota Surabaya.	66

4.4.4 Pengaruh <i>viral marketing</i> , <i>social media</i> dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan <i>virtual hotel operator</i> Oyorooms di Kota Surabaya.	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

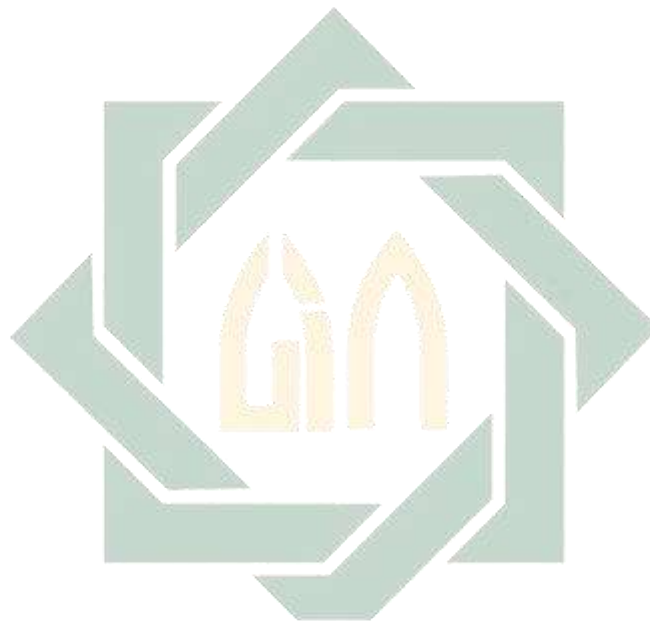
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinieritas.....	58
Tabel 4. 6 Hasil output analisis linier berganda.....	59
Tabel 4.7 Hasil output Analisis Koefisien Determinasi	61
Tabel 4. 8 Hasil Output Uji t.....	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji-F.....	63



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	37
Gambar 4. 1 Logo Oyorooms.....	51
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Normalitas (Normal Probability Plot).....	57
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Kurva ScatterPlot)	58



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Ni Wayan Siska, and I Gusti Ngurah Widyatmaja. "Preferensi wisatawan terhadap pemilihan akomodasi di kabupaten bangli bali" 2, no. 1 (n.d.): 21.
- Andini, Natasya Putri. "UNIVERSITAS BRAWIJAYA FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN MALANG" (2014): 94.
- Astuti, Ria Fitri. "PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT" (2018).
- Bayudin, Bayudin, and Agus Fredy Maradona. "Inovasi Disruptif di Industri Perhotelan." *Jurnal Manajemen Bisnis* 16, no. 2 (April 17, 2019): 36.
- Brogan, Chris. *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons, 2010.
- Ghozali, Imam; *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Undip, 2018. Accessed November 21, 2021. [//repo.unikadelasalle.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D13099](http://repo.unikadelasalle.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D13099).
- Glennardo, Yoshua. "PENGARUH CELEBRITY ENDORSER SLANK TERHADAP MINAT BERDONASI MASYARAKAT PADA ORGANISASI NON-PROFIT PROFAUNA" 5, no. 1 (2018): 10.
- Hamdani, Muhammad Yusuf, and M. Kholid Mawardi. "PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 Yang Pernah Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial In." *Jurnal Administrasi Bisnis* 60, no. 1 (2018): 163–171.
- Harikusmawan, Gusti Bagus Darma, and Kastawan Mandala. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Menginap di Villa Akasha Beach Estate Kerobokan Badung." *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali* (2014): 15.
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53, no. 1 (January 2010): 59–68.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th ed., 2016.

- Kotler, Phillip, and Gary Armstrong. "Prinsip-Prinsip Pemasaran" (2013): 63.
- Kurniasari, Meatry, and Agung Budiarno. "Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang." *Jurnal Administrasi Bisnis* 7, no. 1 (March 27, 2018): 25.
- Mauliansyah, Roni. "Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas dan Sikap Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa" (2015): 12.
- Nggilu, M, A L Tumbel, and W Djemly. "PENGARUH VIRAL MARKETING, CELEBRITY ENDORSER, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GEPREK BENSU MANADO" (2019): 10.
- Solis, Brian. *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons, 2010.
- Tjiptono, Fandy, and Diana Anastasia. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Tjiptono, Fandy, and Chandra Greforius. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2016.
- Toule, Randy. "Preferensi Wisatawan Nusantara Terhadap Sarana Akomodasi Di Provinsi Bali." *STP Nusa Dua Bali Kementerian Pariwisata Republik Indonesia* (2015).
- Turban, Efraim, Jon Outland, David King, Jae Kyu Lee, Ting-Peng Liang, and Deborah C. Turban. *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer, 2018.
- Wiastuti, Rachel Dyah, and Erna Mariana Susilowardhani. "VIRTUAL HOTEL OPERATOR; IS IT DISRUPTION FOR HOTEL INDUSTRY?" 2, no. 2 (2016): 15.
- Wahyuni, Ika. 2016. Skripsi: Strategi Viral Marketing melalui Instagram dalam meningkatkan penjualan (Studi Kasus Avoskin Brauty Surabaya). Skripsi Thesis Universitas Sunan Kalijaga