

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN *VIRAL MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK *SKINCARE*
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Skripsi



Disusun oleh

Nanang Setiadi

21SB1018

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS BISNIS DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM PURWOKERTO
PURWOKERTO**

2025

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN *VIRAL MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK *SKINCARE*
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1
pada Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial



Disusun oleh

Nanang Setiadi

21SB1018

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS BISNIS DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM PURWOKERTO
PURWOKERTO**

2025

PERSETUJUAN

Skripsi

PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN *VIRAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK *SKINCARE* DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nanang Setiadi

21SB1018

telah disetujui oleh dosen pembimbing Skripsi
Pada tanggal 17 Juli 2025

Dosen Pembimbing 1,

Dosen Pembimbing 2,

Dr. Melia Dianingrum, S.E., M.Si.
NIDN. 0618057702

Anisa Nur Andina, S.E., M.Si.
NIDN. 0603089001

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S.Bns)
Tanggal 18 Agustus 2025

Mengetahui,

Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial
Dekan,

Kaprodi Bisnis Digital

Dr. Yusmedi Nurfaizal, S.E., M.M.
NIK. 2012.09.1.007

Dr. Arief Adhy Kurniawan, S.E., M.Si.
NIK. 2022.10.1.039

PENGESAHAN

Skripsi

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN *VIRAL MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK *SKINCARE*
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nanang Setiadi

21SB1018

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 18 Agustus 2025

Zanuar Rifai, S.Kom., M.MSI.
NIDN. 0606018904

Muliasari Pinilih, S.E., M.Si.
NIDN. 0623058502

Dr. Melia Dianingrum, S.E., M.Si.
NIDN. 0618057702

Skripsi ini telah disahkan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S.Bns.)
Tanggal 18 Agustus 2025

Mengetahui,

Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial
Dekan

Dr. Yusmedi Nurfaizal, S.E., M.M.
NIK. 2012.09.1.007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Nanang Setiadi
NIM : 21SB1018
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Bisnis dan Ilmu Sosial
Perguruan Tinggi : Universitas Amikom Purwokerto

Menyatakan bahwa Skripsi Sebagai Berikut:

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk *Skincare* dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi
Dosen Pembimbing 1 : Dr. Melia Dianingrum, S.E., M.Si.
Dosen Pembimbing 2 : Anisa Nur Andina, S.E., M.Si.

Adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** dibuat orang lain, kecuali yang diacu dalam daftar pustaka pada Skripsi ini.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila ini di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan penjiplakan karya orang lain, maka saya bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK**.

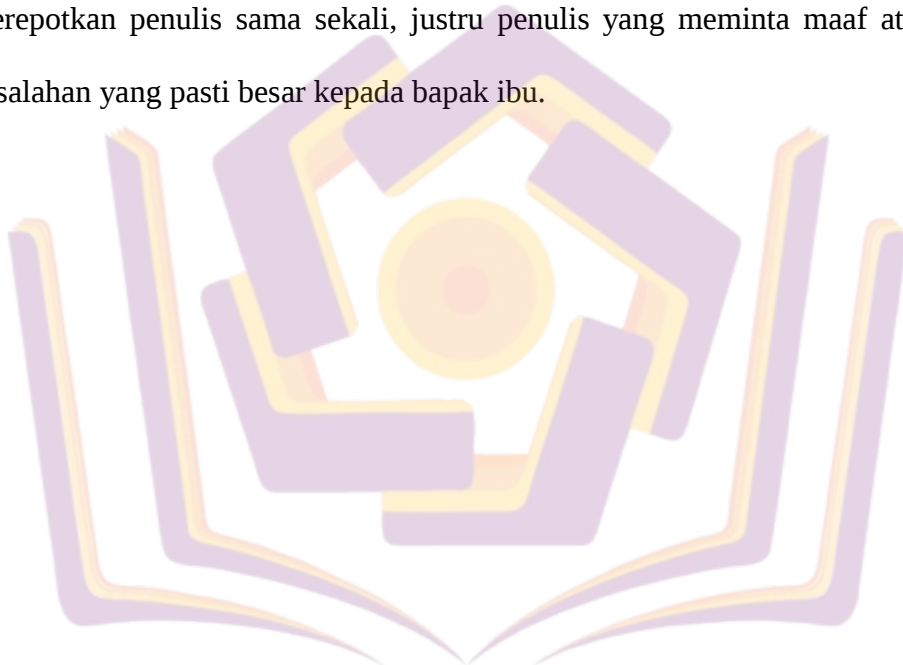
Purwokerto, 17 Juli 2025

Yang menyatakan,

Nanang Setiadi
NIM. 21SB1018

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan cinta kasih penulis persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua penulis yang sudah membesarkan, mendidik, menggembleng penulis hingga sampai pada titik ini. Satu kalimat yang masih teringat lekat dan tidak akan pernah hilang di benak penulis ketika ayah penulis berucap “Bapa hanya bisa merepotkan kamu saja” penulis tegaskan dalam halaman persembahan ini kalian tidak pernah merepotkan penulis sama sekali, justru penulis yang meminta maaf atas segala kesalahan yang pasti besar kepada bapak ibu.



HALAMAN MOTTO

“Aku akan terus berlari dengan terus belajar”

OH SU HYANG



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk *Skincare* Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi”. Banyak dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Berlilana, M.Kom., M.Si., selaku Rektor Universitas Amikom Purwokerto.
2. Bapak Dr. Yusmedi Nurfaizal, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Amikom Purwokerto.
3. Bapak Dr. Arief Adhy Kurniawan, S.E., M.Si., selaku Kepala Program Studi Bisnis Digital Universitas Amikom Purwokerto.
4. Ibu Dr. Melia Dianingrum, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing 1 skripsi yang telah menyediakan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Anisa Nur Andina, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi 2 yang telah menyediakan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu saya Rasiwen, bapak saya Sunarto, kaka saya Waryanto, adik saya Dina Safitri serta segenap keluarga yang telah memberikan doa serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Saudara saya Kang Mus, Didu beserta keluarga yang selalu membimbing penulis menuju jalan yang lebih baik.
8. Seluruh teman seperjuangan kuliah yang penulis kenal dari awal semester hingga akhir semester.

Demikian skripsi ini dibuat sebagai persyaratan dalam memenuhi kelulusan dari Universitas Amikom Purwokerto. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis menerima segala saran maupun kritik yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini, sekaligus membantu dalam evaluasi untuk penelitian selanjutnya.

Purwokerto, 17 Juli 2025

Penulis

