

RINGKASAN

Modernisasi merupakan transformasi dari tatanan kehidupan tradisional menjadi modern dengan berbagai cara-cara baru guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu peran dari modernisasi adalah memberi kemudahan aksesibilitas dalam memperoleh informasi dan berkomunikasi. Media sosial merupakan media yang digunakan sebagai alat interaksi dan komunikasi di era modernisasi. Perusahaan mulai memasuki media sosial ini untuk kepentingan perusahaan, baik untuk meningkatkan *awareness, engagement ke customer*, dan penjualan secara *online*. Strategi *viral marketing* merupakan salah satu strategi yang sedang menjamur dikalangan pembisnis *online*. Salah satu *platform* yang bergerak di sektor pertanian adalah Sayur Box, yang menjual hasil pertanian berupa sayur dan buah. Berhasil atau tidaknya informasi yang disampaikan bergantung pada faktor *viral marketing* yang digunakan, namun tidak hanya faktor *viral marketing* yang perlu diperhatikan namun faktor individu juga perlu diperhatikan. Tujuan penelitian ini adalah 1) Menentukan faktor *viral marketing* dan faktor individu yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayur dan buah secara *online*. 2) Menganalisis pengaruh masing-masing faktor terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sayur dan buah secara *online*.

Penelitian ini dilaksanakan di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Pemilihan tempat penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan kelima kota tersebut merupakan sasaran pemasaran yang dilakukan oleh Sayur Box. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.. Penelitian ini berjenis kualitatif dengan metode analisis Deskriptif dan Regresi Linier Berganda menggunakan *software* SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor *viral marketing* yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sayur dan buah secara *online* adalah *informativeness, increase competition, entertainment*, kredibilitas informasi, usia, pendidikan, pendapatan dan jenis kelamin. Sedangkan faktor yang mempengaruhi adalah *informativeness, increase competition*, kredibilitas informasi, usia, pendapatan, dan jenis kelamin.

SUMMARY

Modernize is a transformation from the traditional order of life to modern with various new ways to improve the welfare of society. One of the roles of modernization is to provide accessibility in obtaining information and communicating. Social media is media that is used as a means of interaction and communication in the modernization era. The company began to enter this social media for the benefit of the company, both to increase awareness, engagement to customers, and online sales. Viral marketing strategy is one of strategy that break out among online businessmen. One of the platforms in the agriculture sector is the Sayur Box, which sells agricultural produce in the form of vegetables and fruit. Whether or not the information is delivered successfully depends on the viral marketing factor used, but not only the viral marketing factor that needs to be considered but the individual factors also need to be considered. The purpose of this study is 1) Determine viral marketing factors and individual factors that can influence consumers in purchasing vegetables and fruit online. 2) Analyzing the effect of each factor on consumer decisions in buying vegetables and fruit online.

This research was conducted in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi. The selection of research sites was done purposively with the consideration of the five cities being the target of marketing conducted by the Vegetable Box. The sample used was 100 respondents. This research is a qualitative type with descriptive analysis method and Multiple Linear Regression using SPSS software.

The results showed that viral marketing factors that could influence the decision to buy vegetables and fruit online were informativeness, increase competition, entertainment, information credibility, age, education, income and gender. While the influencing factors are informativeness, increase competition, information credibility, age, income, and gender.