

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Survei Konsumen Pada Ayucitra Moeslem Premium Jombang)**

ABSTRAK

Oleh:

Nur Laili Isnani

NIM 1561009

Dosen Pembimbing:

Nuri Purwanto,S.ST.,MM

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pertumbuhan pengguna internet pada sector bisnis. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh viral marketing dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Ayu citra Moeslem Premium Jombang. Sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian didapati bahwa variabel *viral marketing* dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian. Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin baik *viral marketing* maka akan semakin mendorong keputusan pembelian dan semakin baik kepercayaan konsumen maka akan semakin mendorong keputusan pembelian pada Ayucitra Moeslem Premium Jombang.

Kata Kunci : Viral Marketing, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF VIRAL MARKETING AND CONSUMER TRUST ON
PURCHASE DECISIONS**

(Consumer Survey on Ayucitra Moeslem Premium Jombang)

ABSTRACK

By:

Nur Laili Isnani

NIM 1561009

Menthor:

Nuri Purwanto,S.ST.,MM

This research is motivated by the growth of internet users in the business sector. This research is intended to find out and analyze the effect of viral marketing and consumer confidence on purchasing decisions. The population in this research is the customer of Ayu citra Moeslem Premium Jombang. While the sample in this study amounted to 100 respondents taken using accidental sampling techniques. The data analysis methods in this study used multiple linear regression analyses. From the results of the study found that the variable viral marketing and consumer confidence have a positive effect on the purchasing decision variable. The conclusion of this research is that the better the viral marketing will be the more encouraging purchasing decisions and the better the consumer confidence, the more will drive the purchasing decisions at Ayucitra Moeslem Premium Jombang.

Keywords : Viral Marketing, Consumer confidence, Purchasing decisions