

**PENGARUH KEPUASAN VIRAL MARKETING DAN KUALITAS
PEMBELIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER SENSI DI
ERA PANDEMI COVID-19
(Studi Pada Konsumen di Kabupaten Jombang)**

ABSTRAK

Oleh:

Nadiah Farzana

Dosen Pembimbing:

Nuri Purwanto, SST., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Viral Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi di Era Pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *eksplanatory survey* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Masker Sensi yang ada Jombang yang tidak diketahui jumlahnya dengan sampel penelitian yang diambil sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini *menggunakan probability sampling* yaitu *simple random sampling*. Analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis serta koefisien determinasi dengan bantuan SPSS. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh *Viral Marketing* dan Kualitas Produk memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi.

Kata kunci : ***Viral Marketing, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.***