

## ABSTRAK

Nabila Hafizha, Nomor Mahasiswa 152160060, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc melalui Kepercayaan Konsumen” (Studi pada Mahasiswa yang Berkuliah di Yogyakarta), 2023. Dosen Pembimbing Susanta dan Meilan Sugiarto.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan *Purposive Sampling*. Analisis Data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Inferensial yang menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) menggunakan *SmartPLS 3.0*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *Viral Marketing* (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen (Z), *Viral Marketing* (X) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), Kepercayaan Konsumen (Z) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dan *Viral Marketing* (X) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Kepercayaan Konsumen (Z).

Saran untuk pihak Somethinc adalah agar dapat meningkatkan promosinya berupa menggunakan *Instagram Ads* dan meningkatkan kerjasama yang baik dengan distributor dan jasa pengiriman sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan membuat pelanggan melakukan keputusan pembelian.

Kata kunci : *Viral Marketing*, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian.