

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA MARKETPLACE SHOPEE  
DI KABUPATEN SLEMAN**

**JALU KINANDING**

**NIM.141200213**

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

141200213@student.upnyk.ac.id

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *viral marketing*, *electronic word of mouth*, dan *brand awareness* terhadap *purchase decision*. Penelitian ini merupakan penelitian survei, dengan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Kabupaten Sleman. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari 100 responden dengan menggunakan purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: 1) Secara simultan *viral marketing*, *electronic word of mouth*, dan *brand awareness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, 2) Secara parsial *viral marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, 3) Secara parsial *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, 4) Secara parsial *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*.

**Kata kunci:** *Viral Marketing*, *Electronic Word of Mouth*, *Brand Awareness*, *Purchase Decision*