

ABSTRAKSI

Diva Zerlinda Attika Hanif, Nomor Induk Mahasiswa 152120036, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian Analisis Pengaruh *Viral Marketing* terhadap *Brand Awareness* serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2012-2015 Pelanggan Gojek) 2016. Dosen pembimbing Dr. Sigit Haryono, S.Sos, M.Si dan Didik Indarwanta S.Sos, M.AB.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Viral Marketing* terhadap *Brand Awareness* serta dampaknya pada Keputusan Pembelian Gojek. Jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan ukuran sampel 63 responden. Responden penelitian ini adalah mahasiswa Administrasi Bisnis FISIP UPN “VETERAN” YOGYAKARTA angkatan 2012-2015 yang pernah menggunakan jasa Gojek. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil dari analisis path menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara *Viral Marketing* dan *Brand Awareness* sebesar 0,497, ada pengaruh signifikan antara *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,801, ada pengaruh *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,840 dan ada pengaruh antara *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Awareness* sebesar 0,39. Pengaruh yang paling besar ada pada *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian. Saran dari penelitian ini adalah *Viral Marketing* ditingkatkan karena berpengaruh terhadap *Brand Awareness*, *Brand Awareness* dipertahankan karena berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Viral Marketing*, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian