

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN (*SURVEY* PADA MAHASISWA EKONOMI INTAKE
UNIVERSITAS ANDALAS)**

Skripsi oleh: Rani Oktarina Pembimbing: Dr. Eri Besra, SE, MM

ABSTRAK

Perkembangan bisnis *online* di Indonesia khususnya di Kota Padang mampu merubah pola perilaku konsumen dalam hal memutuskan cara berbelanja yang pada umumnya didominasi oleh kaum muda Kota Padang. Hal ini disebabkan oleh pengaruh dari perilaku konsumen yaitu *viral marketing* dan gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *viral marketing* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen secara *online* di Kota Padang. Objek pada penelitian ini adalah mahasiswa Ekonomi Intake Universitas Andalas yang masih terdaftar dan melakukan pembelian secara *online* dengan jumlah sample sebanyak 130 responden yang dipilih berdasarkan metode *nonprobability sampling*. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah *SPSS 20.0 (2016)*. Berdasarkan uji pengaruh dari responden menunjukkan bahwa *viral marketing* memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian konsumen secara *online* di Kota Padang dari pada gaya hidup.

Kata Kunci : Perilaku konsumen, Viral Marketing, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian