

## ABSTRAK

Nama : Ruspita Nurkumalasari  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Gaga Mie 100 dengan Variabel Intervening Online Customer Review  
Dosen Pembimbing : Dr. Annuridya R.P.O, SPi, MM

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *Viral Marketing* dan *Brand Awareness* dengan Variabel Intervening berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Gaga Mie 100. Sampel pada penelitian ini adalah berjumlah 96 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, kriterianya adalah orang yang melakukan pembelian Gaga Mie 100. Metode analisis penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dan menggunakan *Software SmartPLS3*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *Viral Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Gaga Mie 100. Hal ini dikarenakan nilai *T statistics Viral Marketing* pada penelitian ini 1.115 dan *P value* 0.266, *Brand Awareness* berpengaruh kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian Gaga Mie 100 nilai *T statistics* 7.799 dan *P value* 0.000, Ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh kuat signifikan antara Variabel *Viral Marketing* dan *Online Customer Review* dengan nilai *T statistics* 7.514 dan *P value* 0.000, *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap *Online Customer Review* dengan nilai nilai *T statistics* 2.761 dan *P value* 0.006, dan *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai nilai *T statistics* 3.567 dan *P value* 0.000.

**Kata Kunci: Brand Awareness, Keputusan Pembelian, Online Customer Review Viral Marketing**