

ABSTRAK

Putri reno intan, No.BP 16101155310490, Fakultas Ekonomi, dan Bisnis, Manajemen (2020), Pengaruh *viral marketing*, *celebrity endorser*, *brand image* terhadap minat beli smartphone oppo (studi kasus pada mahasiswa jurusan manajemen universitas putra indonesia yptk padang) dibawah bimbingan Bapak Emil Salim, SE,MM dan Bapak Rio Andika Putra, SH,MM.

Penelitian ini bertujuan untuk memverifikasi dan menjelaskan bahwa *viral marketing* (X1) *celebrity endorser* (X2) *brand image* (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli (y). Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa manajemen Universitas Putra Indonesia Padang. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 98 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS 21.0 Dengan menggunakan Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedasitas dan uji multikolinearitas. Analisis regresi linear berganda, untuk uji hipotesis digunakan uji T, uji F, Uji determinasi (R²) dan uji jalur analysis path

Dari hasil analisis regresi berganda, menunjukkan bahwa : 1. Bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *viral marketing* terhadap Minat Beli smartphone OPPO. 2. Bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *celebrity endorser* terhadap Minat Beli smartphone OPPO 3. Bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand image* terhadap Minat Beli pada smartphone OPPO

Kata kunci: *Viral marketing*, *Celebrity endorser*, *Brand Image*, Minat beli