

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Viral Marketing, Penempatan Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada Yamaha Cabang Lubuk Begalung Kota Padang. Metode analisis data menggunakan kuesioner, dengan sampel 100 responden yang didapat dengan rumus slovin pada populasi sebanyak 979 konsumen Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada Yamaha Cabang Lubuk Begalung Kota Padang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Viral Marketing*, Penempatan Produk Dan Iklan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Viral Marketing*, Penempatan Produk, Iklan Dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how big the influence of Viral Marketing, Product Placement and Advertising on Purchase Decisions for Yamaha Nmax Motorcycles at Yamaha Lubuk Begalung Branch, Padang City. The data analysis method used a questionnaire, with a sample of 100 respondents obtained by the slovin formula on a population of 979 consumers of Yamaha Nmax Motorcycles at Yamaha Lubuk Begalung Branch, Padang City. The data analysis method used is multiple linear regression analysis.

Based on the results of the study, it shows that Viral Marketing, Product Placement and Advertising have a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: Viral Marketing, Product Placement, Advertising And Purchase Decision