

**PENGARUH VIRAL MARKETING, SOSIAL MEDIA
MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW DI INDONESIA**

OLEH :

SITI AMINAH

2012140005

Email : aminahsitihh@gmail.com

INTISARI

Penggunaan strategi viral marketing di platform seperti Instagram memungkinkan pengusaha memperluas jangkauan pasar secara efektif. Jenis penelitian ini adalah proses pengumpulan dan analisis data yang sistematis dan logis. Penelitian kuantitatif fokus pada pengolahan data berupa angka, dengan hasil penelitian didasarkan pada data tersebut. Penggunaan grafik umumnya digunakan untuk memvisualisasikan pengukuran data dalam penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan hipotesis tentang ada atau tidaknya pengaruh antara Viral Marketing (X1), Social Media Marketing (X2), dan Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh Viral Marketing, Social Media Marketing, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Ms Glow di Indonesia, Dikarenakan Viral Marketing adalah salah satu sosial media yang dipakai oleh beberapa perusahaan.

Kata Kunci : *Viral Marketing, Sosial Media Marketing, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Produk Skincare Ms Glow*

**THE INFLUENCE OF VIRAL MARKETING, SOCIAL MEDIA
MARKETING, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING
DECISIONS FOR MS GLOW SKINCARE IN INDONESIA**

By:
SITI AMINAH
2012140005
e-mail: aminahsitihh@gmail.com

ABSTRACT

Using viral marketing strategies on platforms like Instagram allows entrepreneurs to expand their market reach effectively. This research aimed to test the influence of viral marketing, social media marketing, and product quality on purchasing decisions for MS Glow skincare in Indonesia. This research was an associative quantitative type. The population was MS Glow users whose samples were taken purposively aside. The data were analyzed using multiple linear regressions. The research results showed that both partially and simultaneously there was an influence between viral marketing, social media marketing, and product quality on purchasing decisions for MS Glow skincare in Indonesia.

Keywords: Viral Marketing, Social Media Marketing, Product Quality, Purchasing Decisions, Skincare, Ms Glow