

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1

### SK Bimbingan



## UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020  
Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

### SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI Nomor : 3236/34/ST/AK/D/XI/2023

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis dengan ini memberi tugas membimbing skripsi kepada :

Nama : **Dr. H. Sukomo, Drs., M.Si.**  
sebagai Pembimbing I  
Nama : **H. Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M.**  
sebagai Pembimbing II

Dalam penulisan/penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :

Nama : **ADITYA ALDA YUNUAR**  
NIM : **3402200036**  
Program Studi : **Manajemen**  
Judul Skripsi : **PENGARUH VIRAL MARKETING DAN WORD OF MOUTH  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Suatu Studi Pada ...)**

Surat tugas ini berlaku sampai dengan skripsi selesai paling lambat 1 (satu) tahun setelah penetapan surat tugas ini.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ciamis, 07 November 2023  
Dekan,  
  
**Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M.**  
NIK. 3112770079

Tembusan :

- Yth. Ketua Program Studi yang bersangkutan
- Yth. Mahasiswa yang bersangkutan

## Lampiran 2

### Surat Ijin Penelitian



## UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020  
Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

Nomor : 407/34/SP/AK/D/II/2024  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Penelitian Skripsi

Kepada Yth,  
Pimpinan Kedai Seblak Mercon Neng Rieska  
di  
Tempat

Dengan Hormat,

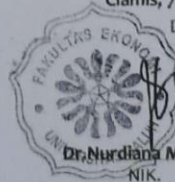
Berdasarkan Program Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis, dalam rangka menyelesaikan studi mahasiswa diwajibkan untuk menyusun skripsi. Untuk keperluan tersebut kiranya Bapak/Ibu dapat membantu mahasiswa kami dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data pada Perusahaan/Dinas/Instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun mahasiswa yang dimaksud adalah :

Nama : Aditya Alda Yunijar  
Nomor Pokok / NIM. : 3402200036  
Asal Program Studi : Manajemen  
Tempat Tanggal Lahir : Ciamis, 11 Juni 2002  
Telepon / HP : 085735433241  
Alamat : Lingkungan Bangunsari Benteng RT 03 RW 07 Ciamis  
Lamanya Penelitian : Februari s/d April 2024  
Judul Penelitian : Pengaruh Viral Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Ciamis, 7 Februari 2024

Dekan,



Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M.  
NIK. 3112770079

## Lampiran 3

### Surat Balasan Tempat Penelitian

Ciamis, 10 Februari 2024

Yth.

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Universitas Galuh**

Jl. R.E. Martadinata No. 150 Ciamis

**Perihal : Ijin pelaksanaan penelitian dan keperluan untuk penyusunan skripsi a.n  
ADITYA ALDA YUNIJAR**

Menindak lanjuti surat yang kami terima dari Universitas Galuh No. 407/34/SP/AK/D/II/2024 perihal ijin penelitian skripsi dengan data mahasiswa sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : ADITYA ALDA YUNIJAR  
Nim : 3402200036  
Program Studi : Manajemen  
Judul Penelitian : Pengaruh Viral Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian  
Lama Penelitian : Februari 2024 s/d April 2024

Pada prinsipnya kami **memberikan ijin** kepada yang bersangkutan untuk mempelajari dan memberikan referensi terkait pelaksanaan penelitian dan keperluan untuk penyusunan skripsi yang berkaitan dengan topik tersebut yang ada di perusahaan kami.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Ciamis, 10 Februari 2024

  
**Rieska H.E. S.M.**  
Pemilik

## Lampiran 4

### Surat Pengantar Kuesioner

Kepada Yth. Responden penelitian

Konsumen Seblak Mercon Neng Rieska

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.

Nama : Aditya Alda Yunijar  
NIM : 3402200036  
Prodi : Manajemen (S1)  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Galuh

Dalam rangka pelaksanaan penyusunan tugas akhir penulisan skripsi mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH VIRAL MARKETING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”**. Maka penulis sedang melaksanakan pencarian data melalui survey. Saya memohon kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Informasi yang didapatkan dari hasil kusioner ini akan dipergunakan sebagai data dalam pengerjaan laporan skripsi. Maka dari itu, kesediaan Saudara/i dalam memberikan informasi merupakan bantuan yang sangat berarti dalam penyelesaian skripsi ini. Saya akan menjaga kerahasiaan informasi yang Saudara/Saudari berikan.

Atas perhatian dan kerjasama saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Aditya Alda Yunijar

## Lampiran 5

### Karakteristik Responden

#### I. Karakteristik Responden

- Nama :
- Jenis Kelamin :  Laki-laki  
 Perempuan
- Tingkat Usia :  <15 tahun  
 15-20 tahun  
 21-25 tahun  
 26-30 tahun  
 >31 tahun
- Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa  
 Pegawai Negeri  
 Pegawai Swasta  
 Wiraswasta  
 Ibu Rumah Tangga  
 Lain-lainnya
- Jarak ke lokasi :  < 1 Km  
 1-3 Km  
 3-5 Km  
 5-10 Km

( ) 10-15 Km

( ) >15Km

## **II. Petunjuk Kuesioner**

1. Mohon kuesioner diisi oleh saudara/i untuk menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan.
2. Kuesioner ini terdiri dari 30 pernyataan.
3. Pada data responden saudara/i diperoleh untuk mengisi data dengan memberi tanda ceklis (√) pada alternatif jawaban yang tersedia.
4. Berikan jawaban yang paling tepat menurut anda untuk masing-masing pernyataan.
5. Jika seluruh pernyataan sudah diisi, saudara/i dapat memeriksa kembali untuk memastikan tidak ada pernyataan yang terlewat.

## **III. Keterangan**

- Sangat Setuju (SS) diberi poin 5
- Setuju (S) diberi poin 4
- Kurang Setuju (KS) diberi poin 3
- Tidak Setuju (TS) diberi poin 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) diberi poin 1

## Lampiran 6

### Kuesioner

#### i. *Viral Marketing* (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Media sosial</b>						
1.	Saya mendapatkan informasi lengkap mengenai seblak mercon neng rieska seperti: rasa, harga yang terjangkau dan lokasi di media sosial.					
2.	Seblak mercon neng rieska memberikan informasi melalui media sosial seperti instagram dan tiktok.					
<b>keterlibatan <i>opinion leader</i></b>						
3.	Saya mendapatkan informasi mengenai seblak mercon neng rieska dari teman, saudara dan lingkungan sekitar.					
4.	Saya mengetahui dan mendapatkan informasi tentang seblak mercon neng rieska melalui kerabat terdekat.					
<b>Pengetahuan tentang produk</b>						
5.	Saya mengetahui seblak mercon neng rieska menjual beberapa varian topping.					
6.	Seblak mercon neng rieska mempunyai konsep prasmanan dengan topping lebih dari 40 macam dan juga aneka minuman.					
<b>Kejelasan informasi produk</b>						
7.	Saya melihat informasi tentang seblak mercon neng rieska pada akun instagram cukup jelas.					

8.	Saya mencari kejelasan informasi pada seblak mercon neng rieska.					
<b>Membicarakan produk</b>						
9.	Saya berbicara hal positif tentang seblak mercon neng rieska kepada orang lain.					
10.	Saya sering membicarakan seblak mercon neng rieska kepada teman teman saya.					

**ii. Word Of Mouth (X2)**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Dialog Timbal Balik</b>						
1.	Rekomendasi dari teman atau keluarga mempengaruhi keputusan saya untuk mencoba Seblak Mercon Neng Rieska.					
2.	Saya sering terlibat dalam percakapan dua arah tentang Seblak Mercon Neng Rieska di media sosial.					
3.	Saya mendengar pengalaman positif dari orang lain tentang seblak mercon neng rieska.					
<b>Meneruskan Efek</b>						
4.	Saya suka berbagi pengalaman saya tentang Seblak Mercon Neng Rieska dan mendengarkan pengalaman orang lain.					
5.	Saya mengetahui tentang Seblak Mercon Neng Rieska melalui cerita atau rekomendasi orang lain.					
6.	Saya di dorong teman atau keluarga untuk membeli produk seblak mercon neng rieska langsung ke kedai.					



<b>Difusi Pengetahuan</b>					
7.	Saya mendengar promosi dari orang lain tentang kedai seblak mercon neng rieska.				
8.	Saya sudah pernah merekomendasikan Seblak Mercon Neng Rieska kepada orang lain.				
<b>Sebab dan Akibat</b>					
9.	Saya sering melihat atau mendengar ulasan tentang seblak mercon neng rieska di berbagai platform sosial media.				
10.	Merekomendasikan Seblak Mercon Neng Rieska kepada orang lain biasanya menghasilkan tanggapan positif dari mereka.				

### iii. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Pemilihan Produk (<i>Product choice</i>)</b>						
1.	Saya memutuskan untuk membeli produk seblak mercon neng rieska sesuai dengan keinginan saya.					
2.	Saya memutuskan untuk membeli produk seblak mercon neng rieska karena mereknya menjadi perbincangan dimedia sosial atau platform online.					
<b>Pemilihan Merek (<i>Brand choice</i>)</b>						
3.	Saya tertarik untuk mencoba merek yang menjadi perbincangan atau sedang viral.					
4.	Saya lebih percaya pada merek yang mendapatkan banyak dukungan dari orang-orang di sekitar saya.					
<b>Pemilihan saluran pembelian (<i>Dealer choice</i>)</b>						

5.	Kesaksian atau cerita yang saya baca pada media sosial atau platform online mempengaruhi keputusan pembelian saya.					
6.	Saya cenderung melakukan pembelian yang direkomendasikan oleh teman atau keluarga.					
<b>Pilihan Jumlah Pembelian</b>						
7.	Saya lebih cenderung membeli lebih banyak produk yang mendapat banyak likes atau share di media sosial.					
8.	Saya memutuskan untuk membeli produk seblak mercon neng rieska dengan langsung datang ke kedai.					
<b>Metode Pembayaran</b>						
9.	Saya memutuskan untuk membeli produk seblak mercon neng rieska dengan pembayaran tunai.					
10.	Saya akan merekomendasikan metode pembayaran yang saya gunakan kepada orang lain.					

**Lampiran 7****Jawaban Responden Variabel Viral Marketing**

No	Viral Marketing X1										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44
2	5	2	4	3	4	3	3	3	5	4	36
3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35
4	3	3	4	3	4	5	3	3	3	3	34
5	4	2	4	5	4	3	2	2	3	2	31
6	1	4	4	1	4	3	3	1	3	2	26
7	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	38
8	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	46
9	3	4	3	3	5	4	3	3	5	4	37
10	4	3	4	4	5	5	3	5	4	4	41
11	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	3	3	5	4	5	4	3	2	3	4	36
14	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	34
15	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
16	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	44
17	3	3	1	1	1	2	3	3	2	3	22
18	2	3	1	2	4	3	2	2	2	1	22
19	2	2	5	5	5	4	2	1	5	5	36
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	44
22	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	21
23	3	3	5	5	5	4	3	5	4	4	41
24	3	4	5	5	5	3	4	5	3	4	41
25	5	5	5	4	4	4	5	4	4	2	42
26	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
27	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5	41
28	4	4	5	2	4	4	3	4	4	4	38
29	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	37
30	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	37
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
33	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	39
34	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	40
35	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
36	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38

<b>37</b>	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>41</b>
<b>38</b>	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>42</b>
<b>39</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	<b>39</b>
<b>40</b>	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>41</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>42</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>43</b>	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	<b>37</b>
<b>44</b>	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	<b>40</b>
<b>45</b>	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	<b>38</b>
<b>46</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>47</b>	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	<b>38</b>
<b>48</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>49</b>	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	<b>38</b>
<b>50</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>51</b>	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	<b>39</b>
<b>52</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>53</b>	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>54</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
<b>55</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>56</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>57</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>58</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>59</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>60</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>42</b>
<b>61</b>	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	<b>38</b>
<b>62</b>	3	4	4	2	4	4	4	4	5	4	<b>38</b>
<b>63</b>	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>
<b>64</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>65</b>	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	<b>37</b>
<b>66</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	<b>41</b>
<b>67</b>	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>39</b>
<b>68</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>69</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>
<b>70</b>	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	<b>39</b>
<b>71</b>	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	<b>29</b>
<b>72</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>73</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>74</b>	5	5	4	2	3	3	4	5	4	3	<b>38</b>
<b>75</b>	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	<b>38</b>
<b>76</b>	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>46</b>
<b>77</b>	3	3	5	5	3	3	4	4	4	4	<b>38</b>



## UJI REABILITAS

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	10



<b>37</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
<b>38</b>	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	<b>44</b>
<b>39</b>	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	<b>38</b>
<b>40</b>	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>42</b>
<b>41</b>	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>
<b>42</b>	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	<b>43</b>
<b>43</b>	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>41</b>
<b>44</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>45</b>	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	<b>39</b>
<b>46</b>	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>47</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	<b>39</b>
<b>48</b>	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	<b>39</b>
<b>49</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>50</b>	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>51</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>52</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	<b>39</b>
<b>53</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>54</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>42</b>
<b>55</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>56</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>57</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>58</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>59</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>60</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>61</b>	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	<b>36</b>
<b>62</b>	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>39</b>
<b>63</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>64</b>	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>38</b>
<b>65</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>41</b>
<b>66</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>
<b>67</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>68</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>69</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
<b>70</b>	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	<b>44</b>
<b>71</b>	3	1	4	2	4	2	4	4	3	4	<b>31</b>
<b>72</b>	3	2	4	3	4	3	5	3	3	5	<b>35</b>
<b>73</b>	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	<b>34</b>
<b>74</b>	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	<b>37</b>
<b>75</b>	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	<b>38</b>
<b>76</b>	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	<b>47</b>
<b>77</b>	4	2	5	5	5	5	5	4	4	5	<b>44</b>





## Uji reliabilitas

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	10







## Uji Validitas

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

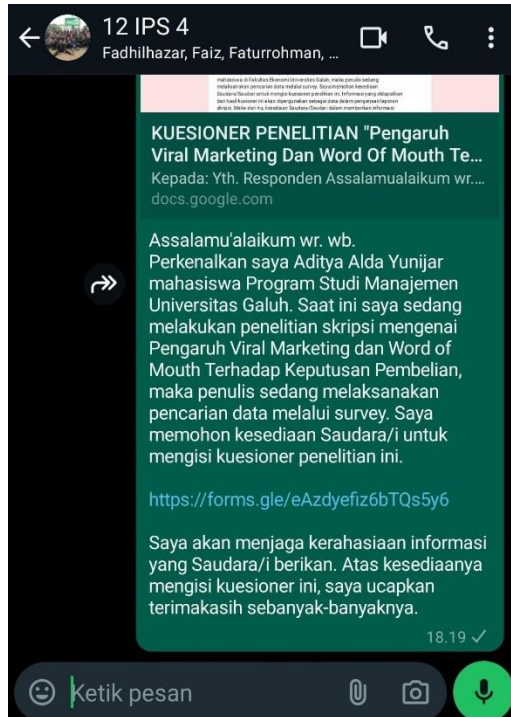
### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	10

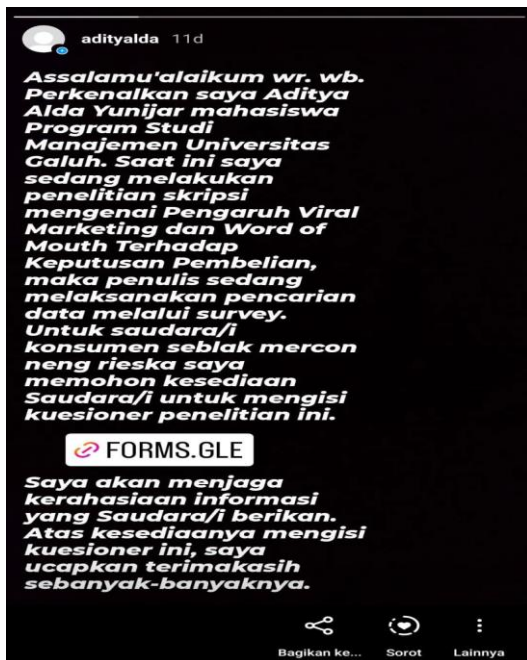
## Lampiran 10

### Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

#### Online



#### Offline



## Lampiran 11

### Hasil Analisis Koefisien Korelasi Korelasi X1 dan X2 dengan Y

#### Correlations

		Viral.Marketing	Word.of.Mouth	Keputusan.Pembelian
Viral.Marketing	Pearson Correlation	1	.796**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	96	96	96
Word.of.Mouth	Pearson Correlation	.796**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	96	96	96
Keputusan.Pembelian	Pearson Correlation	.751**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	96	96	96

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## Lampiran 12

### Hasil Analisis Regresi Regresi X1 (Viral Marketing), Regresi X2 (word of mouth) dan Y (Keputusan pembelian)

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 <sup>a</sup>	.733	.727	2.32373

a. Predictors: (Constant), Word.of.Mouth, Viral.Marketing

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1375.567	2	687.784	127.374	.000 <sup>b</sup>
	Residual	502.172	93	5.400		
	Total	1877.740	95			

a. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian

b. Predictors: (Constant), Word.of.Mouth, Viral.Marketing

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.524	2.165		2.552	.012
	Viral.Marketing	.210	.089	.209	2.362	.020
	Word.of.Mouth	.647	.084	.680	7.673	.000

a. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian

## Lampiran 13

### Daftar Riwayat Hidup



Nama : Aditya Alda Yunijar  
NIM : 3402200036  
Tempat, Tanggal Lahir : Ciamis, 11 Juni 2002  
Agama : Islam  
Alamat : Lingkungan Bangunsari Rt 03 Rw 07 kel. Benteng  
Kec. Ciamis Kab. Ciamis Jawa Barat.  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Email : adityaalda.y@gmail.com  
No. Telepon : 085735433241  
Riwayat Pendidikan : SDN 3 Benteng  
SMPN 4 Ciamis  
SMAN 2 Ciamis