

## ABSTRAK

Kampanye #TokopediaWIB adalah bentuk strategi pemasaran yang dilakukan Tokopedia di Twitter dengan mengunggah informasi mengenai pesan kampanye kepada pengguna termasuk pengikut akun Twitter @tokopedia. Strategi ini dilakukan Tokopedia dikarenakan Twitter adalah salah satu media sosial yang berpotensi dalam menyebarkan pesan dengan cepat karena terdapat fitur *Tweet*, *Retweet*, dan *Like*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Campaign* #TokopediaWIB terhadap Keputusan Pembelian yang dikaji dengan Studi Kuantitatif pada Pengikut Akun Twitter @tokopedia menggunakan metode AISAS. Penelitian ini menggunakan konsep viral *marketing campaign* dan keputusan pembelian serta AISAS, variabel independen pada penelitian ini viral *marketing campaign* dan variabel dependen keputusan pembelian menggunakan metode AISAS. Sampel penelitian ini adalah pengikut akun Twitter @tokopedia dengan menyebar kuesioner dalam pengambilan data. Jenis penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif, uji normalitas, analisis korelasi, uji regresi linier sederhana, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian data deskriptif diperoleh bahwa skor dari variabel viral *marketing campaign* (X) sebesar 86,7% dan variabel keputusan pembelian (Y) dengan metode *Attention* 84,2%, *Interest* 78,2%, *Search* 76,8%, *Action* 74% dan *Share* 61% yang artinya semua variabel dinilai baik berdasarkan posisi garis kontinum. Pada uji hipotesis t ditemukan bahwa masing-masing variabel independen dan variabel dependen memiliki pengaruh. Maka *campaign* terbukti berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian AISAS dengan keseluruhan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan didapatkan  $H_0$  ditolak serta  $H_1$  diterima. Sehingga *campaign* berpengaruh pada keputusan pembelian. Dapat dikatakan penelitian ini memiliki pengaruh terkait kampanye #TokopediaWIB terhadap keputusan pembelian (*action*) sebesar 15% yang 85% lainnya tidak diteliti pada penelitian ini.

**Kata kunci:** AISAS, keputusan pembelian, Twitter, viral *marketing campaign*