

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND IMAGE*, DAN
HALAL LOGO TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK MIE
SAMYANG PADA KONSUMEN MILENIAL DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas




PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2022

	No. Alumni Universitas	Pingky Melyani	No. Alumni Fakultas
n) Tempat/Tgl Lahir : Jambak Jalur 6 Barat/03 Mei 2000, b) Nama Orang Tua : Slamet Sutopo dan Nelawati, c) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) No Bp : 1810521052, f) Tanggal Lulus : 16 Maret 2022, g) Prediket Lulus: Dengan Pujian, h) IPK : 3.72, i) Lama Studi : 3 Tahun 8 Bulan, j) Alamat Orang Tua : Jambak Jalur 6 Barat, Kel. Kota Baru, Kec. Luhak Nan Duo, Kab. Pasaman Barat, Sumatera Barat.			

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND IMAGE, DAN HALAL LOGO TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK MIE SAMYANG PADA KONSUMEN MILENIAL DI KOTA PADANG

Skripsi oleh Pingky Melyani

Pembimbing : Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus(Adv), PhD




ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing*, *brand image*, dan *halal logo* terhadap *purchase intention* produk mie Samyang pada konsumen milenial di kota Padang. Penelitian ini menerapkan desain cross-section dan data kuantitatif dikumpulkan dari 130 responden yang mengetahui produk mie Samyang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisa data menggunakan skala likert 1-5 dengan menggunakan program IBM SPSS versi 25 dan dibantu oleh *Microsoft Excel* untuk mengolah data. Teknik pengujian data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, dan *halal logo* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci : *social media marketing, brand image, halal logo, purchase intention.*

Skripsi telah diperlihatkan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 16 Maret 2022

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	
Nama Terang	Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus(Adv), PhD	Beni Brilliant, SE, MM	Chairunnisya, SE, MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Hendra Lukito, SE, MM, PhD
NIP. 197106242006041007

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: