

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP *PURCHASE  
DECISION* PRODUK MS GLOW DI KOTA PADANG**

**(Studi Kasus Pada Generasi Milenial di Kota Padang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



**Diajukan Oleh:**

**Vanisya Ramadhani**

**1910526017**

**Dosen Pembimbing:**

**Donard Games, SE, M. Bus (Adv), PhD**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN INTAKE DIII**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**DESEMBER 2022**



No. Alumni Universitas:

Vanisya Ramadhani

No. Alumni Fakultas:

a). Tempat/Tanggal Lahir: Batusangkar/ 31 Januari 1997, b). Nama Orang Tua: Ir. Desriwan dan Mardayenti, c). Fakultas: Ekonomi dan Bisnis, d). Departemen: S1 Intake Diploma III, e). NIM: 1910526017, f). Tanggal Lulus: 06 Desember 2022, g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h). IPK: 3,72, i). Lama Studi: 3 Tahun 3 Bulan, j). Alamat Orang Tua: Jorong Saruaso Barat, Saruaso, Kecamatan Tanjung Emas, Kabupaten Tanah Datar, Sumatra Barat.

**Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth (E-wom) Terhadap Purchase Decision Produk MS Glow di Kota Padang (Studi Kasus Pada Generasi Milenial di Kota Padang).**

Skripsi Oleh: Vanisya Ramadhani  
Pembimbing: Donard Games, SE, M.Bus(Adv),PhD

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing*, *celebrity endorser* dan *electronic word of mouth* terhadap *purchase decision* produk MS Glow di Kota Padang. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner online kepada 130 orang responden generasi milenial dengan rentang usia 22-42 tahun di Kota Padang yang pernah melakukan pembelian produk MS Glow. Teknik pengambilan sampel yakni *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan *software SPSS* versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *social media marketing* dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow di Kota Padang, sedangkan variabel *celebrity endorser* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow di Kota Padang.

**Kata Kunci :** *Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian  
Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 06 Desember 2022

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Donard Games, SE, M.Bus(Adv),PhD	Dr. Syafrizal, SE, ME	Agriqisthi, SE.MM

Mengetahui,  
Ketua Departemen Manajemen,

**Hendra Lukito, S.E., M.M., 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: