PENGARUH *CONTENT MARKETING, BRAND AMBASSADOR,* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE

(Survei 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:

Jusica Nadira

NIM: 1810521008

Pembimbing

Meuthia, S.E, M.Sc

PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2023

No. Alumni Universitas	**Jusica Nadira**	No. Alumni Fakultas

a) Tempat/Tgl Lahir : Lubuk Basung/ 07 Juli 2000 b) Nama Orang Tua : Sudirman dan Supik c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) No Bp : 1810521008 f) Tanggal Lulus : 30 Agustus 2023 g) Prediket Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK : 3,60 i) Lama Studi : 5 tahun j) Alamat Orang Tua : Pasar Lama Jorong VII Lubuk Basung.

PENGARUH *CONTENT MARKETING, BRAND AMBASSADOR,* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE (SURVEI PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA PADANG)

Skripsi oleh Jusica Nadira

Pembimbing : Meuthia, S.E, M.Sc

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *content marketing, brand ambassador* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian Shopee (survei pada generasi milenial di Kota Padang). Populasi pada penelitian ini ialah generasi milenial pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Padang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 216 orang responden. Kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert* 1-5. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan metode *non probability sampling.* Pengelolaan data penelitian dilakukan dengan program IBM SPSS versi 25 dan dibantu oleh *Microsoft Excel* untuk mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand ambassador* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *brand trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : ***Content Marketing, Brand Ambassador, Brand Trust* dan Keputusan Pembelian.**

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 11 September 2023

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Meuthia, S.E, M.Sc	Yanti, SE, MM	Agriqisthi, SE, MM

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, SE, 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 Uiversitas	Nama:	Tanda Tangan: