

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA INFLUENCER CREDIBILITY*,  
*CUSTOMERS' EXPERIENCE*, *AUGMENTED REALITY ATTRIBUTES*,  
DAN *APPEARANCE CONCIIOUSNESS* TERHADAP *PURCHASE*  
*INTENTION* PRODUK *MAKE UP* LOKAL MELALUI *E-COMMERCE*  
(SURVEI PADA GEN Z DI INDONESIA)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

**Vasya Azzahra Siona**

**2010522015**

Dosen Pembimbing:

**Syafrizal S.E., M.M., Ph.D.**

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2024**





|  |                     |                     |
|--|---------------------|---------------------|
| No. Alumni Universitas   | Vasya Azzahra Siona | No. Alumni Fakultas |
| a) Tempat/Tgl Lahir : Padang/ 10 September 2002, b) Nama Orang Tua : Siswandura dan Susi Mendona, c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) No Bp : 2010522015, f) Tanggal Lulus : 21 Februari 2024, g) Prediket Lulus: A h) IPK : 3,80 i) Lama Studi : 3 tahun 6 bulan, j) Alamat Orang Tua : Jl. Selaguri no.23 RT 002/ RW 03, Parupuk Tabing. |                     |                     |

**Pengaruh *Social Media Influencer Credibility, Customers' Experience, Augmented Reality Attributes*, dan *Appearance Consciousness* terhadap *Purchase Intention* Produk *Make-up Lokal* melalui *E-commerce* (Survei pada Gen Z di Indonesia)**

Skripsi oleh : *Vasya Azzahra Siona*  
Pembimbing : *Syafrizal, S.E., M.E., Ph.D*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *social media influencer credibility, customers' experience, augmented reality attributes*, dan *appearance consciousness* terhadap *purchase intention* produk *make-up lokal* melalui *e-commerce* dengan survei pada gen Z di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan teknik penyebaran kuisioner dengan cara online kepada gen Z yang mengetahui informasi produk *make-up lokal* dari *social media influencer* dan pernah menggunakan *fitur augmented reality* pada *e-commerce* Shopee/ Blibli. Sampel penelitian ini yaitu sebanyak 278 sampel. Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media influencer credibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *purchase intention*. *customers' experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*, *augmented reality attributes* dan *appearance consciousness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci : *Social Media Influencer Credibility, Customers' Experience, Augmented Reality Attributes, Appearance Consciousness, Purchase Intention*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 21 Februari 2024

Abstrak telah di setujui oleh :

|              |                             |   |                       |
|--------------|-----------------------------|---|-----------------------|
| Tanda Tangan | 1.                          | 2.  | 3.                    |
| Nama Terang  | Syafrizal, S.E., M.E., Ph.D | Sari Lenggogeni S.E., M.M.,<br>Pg.Dipl., Ph.D | Agriqisthi, S.E., M.M |

Mengetahui,  
Ketua Departemen Manajemen

Tanda Tangan

**Hendra Lukito, S.E., M.M., Ph.D**  
NIP. 197106242006041007

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

|                      |                              |
|----------------------|------------------------------|
| No. Alumni Fakultas  | Petugas Fakultas/Universitas |
| No Alumni Uiversitas | Nama: Tanda Tangan:          |
|                      | Nama: Tanda Tangan:          |