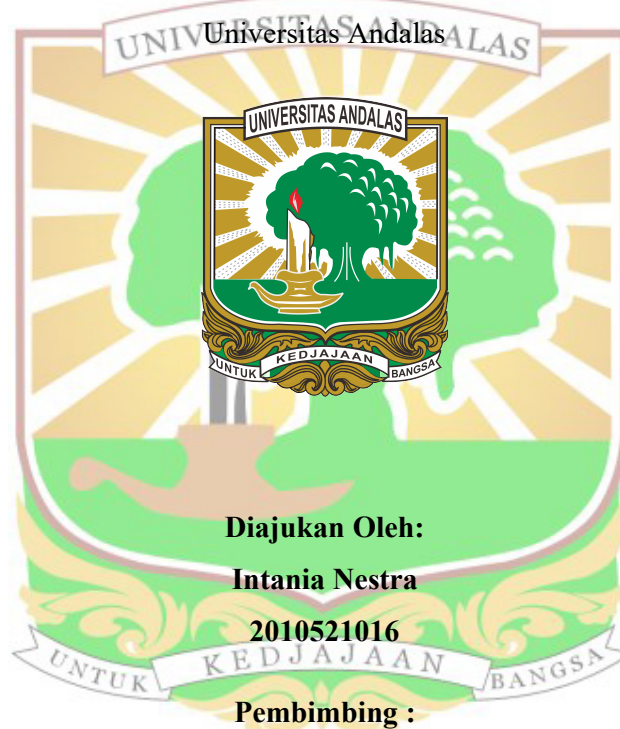


**PENGARUH *VIRAL MARKETING, ONLINE CUSTOMER REVIEWS,*
PRICE PERCEPTION, DAN APPEARANCE CONSCIOUSNESS
TERHADAP *PURCHASE INTENTION SKINCARE SKINTIFIC* PADA
KONSUMEN SHOPEE DI SUMATERA BARAT**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Syafrizal, SE, ME, Ph.D

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

2024

PENGARUH *VIRAL MARKETING, ONLINE CUSTOMER REVIEWS, PRICE PERCEPTION, DAN APPEARANCE CONSCIOUSNESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION SKINCARE SKINTIFIC* PADA KONSUMEN SHOPEE DI SUMATERA BARAT

Oleh :

Intania Nestra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Andalas

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *viral marketing, online customer reviews, price perception, dan appearance consciousness* terhadap *purchase intention skincare Skintific* pada konsumen Shopee di Sumatera Barat. Objek penelitian adalah pengguna aplikasi Shopee. Sampel penelitian ini sebanyak 223 responden. Pengolahan data penelitian dilakukan menggunakan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling. Pengujian data pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan metode Partial Least Square Struktural Equation Model (SEM-PLS) dengan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *viral marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *purchase intension*, *online customer reviews* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *purchase intension*, *price perception* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *purchase intension*, *appearance consciousness* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *purchase intension*.

Kata Kunci: Viral Marketing, Online Customer Reviews, Price Perception, Appearance Consciousness, Purchase Intention.

