

**PENGARUH *PRODUCT COMPLETENESS*, *SOCIAL MEDIA*
MARKETING, DAN *LOCATION* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
KONSUMEN MISS GLAM 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:

THIFLA RAFIFASYAH

2010522023

Dosen Pembimbing:

Dr. Eri Besra, S.E., M.M.

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *product completeness*, *social media marketing*, dan *location* terhadap *purchase decision* konsumen Miss Glam Kota Padang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dan didapatkan sampel sebesar 126 orang yang berasal dari konsumen Miss Glam Kota Padang. Data pada penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product completeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, *social media marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*, dan *location* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*.

Kata Kunci : *Product Completeness, Social Media Marketing, Location, Purchase Decision*

