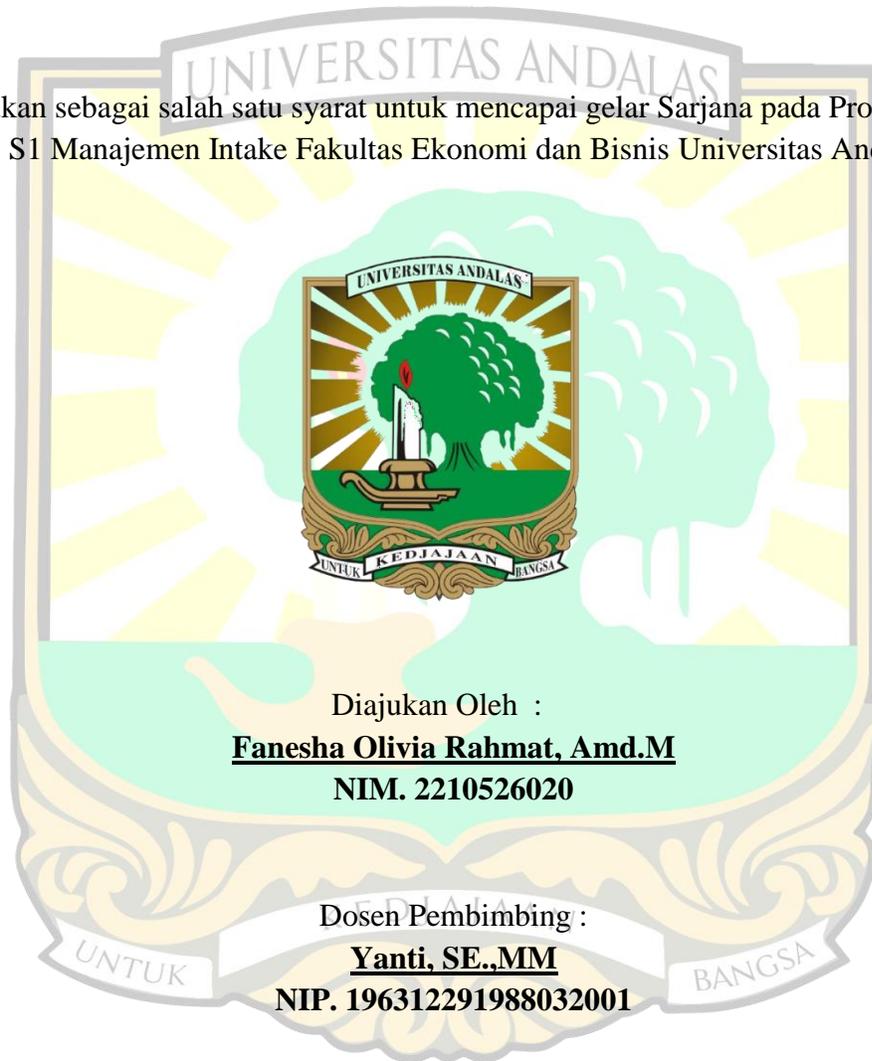


**PENGARUH *DIGITAL MARKETING, SHOPPING LIFESTYLE, DAN PRICE DISCOUNT* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA *CUSTOMER KOSMETIK MAYBELLINE INDONESIA* DI KOTA PADANG
(Survey pada *Customer* Generasi Z)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Intake Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

Fanesha Olivia Rahmat, Amd.M

NIM. 2210526020

Dosen Pembimbing :

Yanti, SE.,MM

NIP. 196312291988032001

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



No. Alumni Universitas	Fanesha Olivia Rahmat	No. Alumni Fakultas
a) Tempat/tgl lahir: Padang/9 Juli 2001 b) Nama Orang Tua: Rahmat c) Fakultas: Ekonomi dan Bisnis d) Departemen: Manajemen e) NIM: 2210526020 f) Tanggal Lulus: 19 Agustus 2024 g) Predikat Lulus: Dengan Pujian h) IPK: 3,83 i) Lama Studi : 2 tahun h) Alamat Orang Tua: Perumahan Polamas Blok QQ No. 3, Alai Parak Kopi, Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat.		

Pengaruh *Digital Marketing*, *Shopping Lifestyle*, dan *Price Discount* terhadap *Purchase Decision* pada *Customer Kosmetik Maybelline Indonesia* di Kota Padang (Survey pada *Customer Generasi Z*)

Skripsi oleh *Fanesha Olivia Rahmat*
Pembimbing: *Yanti, S.E.,M.M.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi pada era globalisasi mengalami peningkatan yang pesat. Pemanfaatan kemajuan teknologi ini dapat mendorong berkembangnya bisnis-bisnis di Indonesia termasuk pada bisnis kosmetik. Bisnis kosmetik memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut melalui *digital marketing*. Perilaku konsumen yang mengikuti *trend* demi menunjang penampilan dan berbagai penawaran diskon yang ditawarkan dapat menarik *customer* melakukan *purchase decision*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Digital Marketing*, *Shopping Lifestyle*, dan *Price Discount* terhadap *Purchase Decision* pada *Customer Kosmetik Maybelline Indonesia* di Kota Padang (Survey pada *Customer Generasi Z*). Sampel pada penelitian ini terdiri dari 153 sampel. Pengolahan data penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengujian data pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan *software* Smart PLS versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision*, *Shopping Lifestyle* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision* dan *Price Discount* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision*.

Kata kunci: *Digital Marketing*, *Shopping Lifestyle*, *Price Discount*, *Purchase Decision*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 19 Agustus 2024.

Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama terang	Dr. Ferinita, S.E., M.Si.	Yanti, S.E., M.M.	Dr. Eni Besra, S.E., MBA.

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, S.E., M.M., Ph.D
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