

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR
TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK SUNSCREEN AZARINE
PADA KONSUMEN GENERASI Z KOTA PADANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi

S1 Manajemen Intake D3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan oleh:

MIRANDA AFIFAH

NIM: 2110526041

Pembimbing:

Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E., M.M

PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN INTAKE D3

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *social media marketing* dan *brand ambassador* terhadap *purchase intention* produk *sunscreen azarine* pada konsumen generasi Z Kota Padang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling*. Sampel penelitian ini terdiri dari 130 responden. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 4.0 melalui *structural equation modelling* dan uji *bootsrapping* untuk uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention*, *brand ambassador* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata kunci: *social media marketing*; *brand ambassador*; *purchase intention*.

