



UNIVERSITAS ANDALAS
UNIVERSITAS ANDALAS

SKRIPSI

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *USER GENERATED CONTENT (UGC)*
DAN LIVE STREAMING SHOPPING TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION PRODUK KOSMETIK MEREK FOCCALURE PADA
PENGGUNA TIKTOK DI KOTA PADANG**

NURUL HIDAYAH

2210522057

UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PADANG

2026

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *USER GENERATED CONTENT*
(UGC) DAN *LIVE STREAMING SHOPPING* TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION PRODUK KOSMETIK MEREK FOCALURE PADA
PENGGUNA TIKTOK DI KOTA PADANG**

Oleh:

Nurul Hidayah

2210522057

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *viral marketing*, *user generated content* dan *live streaming shopping* terhadap *purchase intention* produk kosmetik merek Foccalure pada pengguna TikTok di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah responden didalam penelitian ini sebanyak 210 responden pengguna TikTok di Kota Padang. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan metode PLS-SEM dengan *software* SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *viral marketing* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *purchase intention*, *user generated content* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *purchase intention* serta *live streaming shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *Viral Marketing*, *User Generated Content*, *Live Streaming Shopping*, *Purchase Intention*.