

**PENGARUH VIRAL MARKETING, CELEBRITY ENDORSER, BRAND  
IMAGE TERHADAP KEPERCAYAAN DAN PROSES KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK EMINA COSMETICS  
(Studi pada Generasi *Young Millennials* di Kota Padang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program S1  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

**DEWI SEPTIAN**

**1610521058**

**Nama Pembimbing:**

**Dra. Yanti, MM**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
SEPTEMBER 2020**



No. Alumni Universitas:

**Dewi Septian**

No. Alumni Fakultas:

a) Tempat/Tgl Lahir: Batusangkar/22 September 1997 b) Nama Orang Tua: Desmiral dan Wit Deswita c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 1610521058 f) Tanggal Lulus: 6 Oktober 2020 g) Predikat lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,64 i) Lama studi: 4 tahun 4 bulan j) Alamat Orang Tua : Jr. Piliang Sani, Nagari Sumanik, Kec. Salimpaung, Kab. Tanah Datar, Sumatera Barat

**PENGARUH *VIRAL MARKETING, CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE* TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA *COSMETICS* (Studi pada Generasi *Young Millennials* di Kota Padang)**

*Skripsi Oleh: Dewi Septian*  
*Pembimbing : Dra. Yanti, MM*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *viral marketing, celebrity endorser, brand image* terhadap kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian produk emina *cosmetics* pada generasi *young millennials* di Kota Padang.. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel penelitian ini sebanyak 190 responden. Pengelolaan data penelitian dilakukan dengan SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *viral marketing, celebrity endorser, dan brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen produk Emina *Cosmetics*. *Celebrity endorser* dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian produk Emina *Cosmetics*. *Viral marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian produk Emina *Cosmetics* dan kepercayaan konsumen memediasi hubungan antara *viral marketing, celebrity endorser, dan brand image* terhadap proses keputusan pembelian produk Emina *Cosmetics* pada generasi *young millennials* di Kota Padang.

**Kata Kunci : *Viral Marketing, Celebrity Endorser, Brand Image, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian***

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal 6 Oktober 2020.

Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dra. Yanti, MM	Prof. Dr. Ratni Primalita, SE, MM	Dr. Alfitman, SE, M. Sc

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, S.E., M.Si  
NIP. 197208262003122004

\_\_\_\_\_  
TandaTangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapatkan nomor alumnus:

	Petugas Fakultas/Universitas
No. Alumni Fakultas :	Nama : Tanda Tangan
No. Alumni Fakultas :	Nama : Tanda Tangan