

ABSTRAK

Pengaruh *Media Sos/Al Foodgram* dan *Celebrity Endorser* terhadap *Purchase Intention* *kuliner* di Kota Padang Dimediasi *Viral Marketing*

Oleh: Telsi divya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial (Foodgram) Dan Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Kuliner Di Kota Padang Dimediasi Viral Marketing. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang responden di Kota Padang. Data di olah dengan menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini adalah (1) Sejauh mana Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Purchase Intention. (2) Sejauh mana Celebrity Endorser berpengaruh positif dan signifikan terhadap Purchase Intention. (3) Sejauh mana Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Viral Marketing. (4) Sejauh mana Celebrity Endorser berpengaruh positif dan signifikan terhadap Viral Marketing. (5) Sejauh mana Viral Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Purchase Intention. (6) Sejauh mana Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Purchase Intention melalui Viral Marketing. (7) Sejauh mana Celebrity Endorser berpengaruh positif dan signifikan terhadap Purchase Intention melalui Viral Marketing.

Keywords: Media Sosial, Celebrity Endorse, Viral Marketing, dan Purchase Intention.



This document was created with the Win2PDF "print to PDF" printer available at <http://www.win2pdf.com>

This version of Win2PDF 10 is for evaluation and non-commercial use only.

This page will not be added after purchasing Win2PDF.

<http://www.win2pdf.com/purchase/>