

The Influence Of Viral Marketing, Celebrity Endorser And Brand Awareness On The Purchase Decision Of Esteh Indonesia In Generation Z

By Intania

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine whether there is an influence between viral marketing, celebrity endorser and brand awareness variables on the purchasing decision of Esteh Indonesia in generation z who live in Bogor. The study used 100 respondents, with a purposive sampling technique. The analysis technique used is the path analysis method and data processing is done through SmartPLS 4.0. The results of the test obtained (1) viral marketing has a significant effect on purchasing decisions for Esteh Indonesia in generation z in Bogor. (2) the celebrity endorser has no significant effect on the purchasing decision of Esteh Indonesia in generation z in Bogor. (3) brand awareness has a significant effect on purchasing decisions for Esteh Indonesia in generation Z in Bogor.

Keywords : *Viral Marketing, Celebrity Endorser, Brand Awareness and Purchase Decision*

Pengaruh *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Esteh Indonesia Pada Generasi Z

Oleh Intania

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel *viral marketing*, *celebrity endorser* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian Esteh Indonesia pada generasi z yang berdomisili di Bogor. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 100 orang, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu metode path analisis dan pengolahan data dilakukan melalui SmartPLS 4.0. Hasil dari pengujian diperoleh (1) *viral marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Esteh Indonesia pada generasi z di Bogor. (2) *celebrity endorser* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Esteh Indonesia pada generasi z di Bogor. (3) *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Esteh Indonesia pada generasi Z di Bogor.

Kata Kunci : *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser*, *Brand Awareness* Dan Keputusan Pembelian