

ABSTRAK

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, KUALITAS PRODUK, DAN
INFLUENCER MARKETING TERHADAP MINAT BELI GENERASI Z
DI TIKTOK SHOP DENGAN CITRA MEREK
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Mario Oktavianus Arya
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh promosi penjualan, kualitas produk, *influencer marketing*, dan citra merek terhadap minat beli konsumen generasi Z pada TikTok Shop, (2) Pengaruh promosi penjualan, kualitas produk, dan *influencer marketing* terhadap minat beli konsumen generasi Z pada TikTok Shop dengan citra merek sebagai mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna TikTok Shop yang berdomisili di Yogyakarta. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk *g-form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen generasi Z pada TikTok Shop; (2) Kualitas produk dan *influencer marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen generasi Z pada TikTok Shop; (3) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen generasi Z pada TikTok Shop; (4) Citra merek tidak memediasi (*no mediation*) pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen generasi Z pada TikTok Shop; (5) Citra merek memediasi penuh (*full mediation*) pengaruh kualitas produk dan *influencer marketing* terhadap minat beli konsumen generasi Z pada TikTok Shop.

Kata kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Produk, *Influencer Marketing*, Citra Merek, dan Minat Beli

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION, PRODUCT QUALITY, AND
INFLUENCER MARKETING ON THE PURCHASE INTENTION OF
GENERATION Z IN TIKTOK SHOP WITH BRAND IMAGE
AS A MEDIATING VARIABLE**

Mario Oktavianus Arya
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2023

This study aims to determine: (1) The influence of sales promotion, product quality, influencer marketing, and brand image on the purchase intention of generation Z TikTok Shop consumers, (2) The influence of sales promotion, product quality, and influencer marketing on the purchase intention of generation Z Tiktok Shop consumers with brand image as mediation. The population in this study are TikTok Shop user consumers who live in Yogyakarta. In this study, the sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling method. This study used 100 respondents as samples through distributing questionnaires in google form. The data analysis technique used is Partial Least Square (PLS) with the SmartPLS 3.0 application. The results of this study indicate that: (1) Sales promotion had a significant influence on the purchase intention of generation Z TikTok Shop consumers; (2) Product quality and influencer marketing had no significant influence on the purchase intention of generation Z TikTok Shop consumers; (3) Brand image had a significant influence on the purchase intention of generation Z TikTok Shop consumers; (4) Brand image did not mediate the influence of sales promotion on the purchase intention of generation Z TikTok Shop consumers; (5) Brand image fully mediated (full mediation) the influence of product quality and influencer marketing on the purchase intention of generation Z TikTok Shop consumers.

Keywords: Sales Promotion, Product Quality, Influencer Marketing, Brand Image, and Purchase Intentio.