**EKSPLORASI PERAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI FAKTOR PENDUKUNG (STUDI KUALITATIF PADA MARKETPLACE SHOPEE DI BANDAR LAMPUNG)**

**Tugas Metode Penelitian Administrasi Publik**

**Oleh**

**OLIVIA ELIZABETH SEKAR LUMBANTOBING**

**2416041099**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**BANDAR LAMPUNG**

**2025**

**Kerangka Berpikir**

Pemahaman mendalam tentang Peran SMM dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Gen Z pada Marketplace Shopee di Bandarlampung

Brand Trust Theory

Elaboration Likelihood Model (ELM)

Social Exchange Theory

Peran SMM terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z dengan Brand Trust sebagai Faktor Pendukung

Perubahan Perilaku Konsumsi Gen Z di Era Digital

(Shopee di Bandar Lampung)