

Fitri Desiawati.10221796

Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine.

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2023

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan salah satu langkah dalam rangkaian proses keputusan pembelian sebelum memasuki fase perilaku pasca pembelian. Para pelaku bisnis perlu memahami konsumen lebih dalam dengan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan ulasan dari berbagai sumber dari jurnal empiris maupun internet, keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh *brand ambassador*, citra merek, dan kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador*, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Azarine.

Teknik pengumpulan data penelitian bersumber dari data primer dengan menyebarkan kuesioner terhadap 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji f, uji t, dan uji koefisien determinasi (R^2) yang pengujiannya dilakukan dengan menggunakan bantuan software IBM SPSS *Statistics* versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador*, citra merek, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand ambassador* dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan citra merek secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand ambassador, citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian.*

(xiii + 80 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2008 - 2023)