

Maryet Dwi Anjani.10220908

PENGARUH IKLAN DAN *BRAND AMBASSADOR* BTS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA PESAN ANTAR MAKANAN GOFOOD

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh iklan dan BTS sebagai *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pada jasa layanan pesan antar makanan GoFood.

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarluaskan kuesioner kepada 100 responden. Tahap uji yang dilakukan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, regresi linar berganda, uji t (uji parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan didapat bahwa variabel independen iklan dan *brand ambassador* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian jasa layanan pesan antar makanan GoFood. Selain itu, terdapat pengaruh secara simultan antara iklan dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian jasa layanan pesan antar makanan GoFood.

Kata Kunci: *Iklan, Brand Ambassador, Keputusan Pembelian, GoFood*

(xiii + 61 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2000-2022)