

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* NATURE REPUBLIC DI JABODETABEK

ABSTRAK

Produk perawatan kulit atau *skincare* merupakan salah satu produk kecantikan yang sudah menjadi kebutuhan yang cukup penting bagi Masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Electronic Word Of Mouth*, dan *Brand Ambassador* baik secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Nature Republic di Jabodetabek.

Metode penelitian ini menggunakan jenis data primer dan pendekatan kuantitatif diperoleh dari penyebaran kepada 100 responden yang pernah melakukan pembelian produk *skincare* Nature Republic dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Tahap uji yang dilakukan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, uji Multikolinearitas, uji Heteroskedastisitas, Uji Analisis Regresi linier Berganda, Uji F (Simultan atau bersama-sama), Uji T (Parsial) dan Uji Koefisien Determinasi (*R Square*). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Electronic Word Of Mouth* dan *Brand Ambassador* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Nature Republic di Jabodetabek. Variabel Kualitas Produk dan *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, kemudian variabel Persepsi Harga dan *Brand Ambassador* tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Nature Republic di Jabodetabek. Variabel *Electronic Word Of Mouth* menjadi variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Nature Republic di Jabodetabek.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Electronic Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Persepsi Harga
(xiv + 97 + lampiran)
Daftar Pustaka (2019-2023)