

Rini Ainun Kalbi Supomo, 11222682

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND AMBASSADOR, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SUNSCREEN FACETOLOGY PADA GENERASI Z**

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Univeritas Gunadarma, 2025

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas produk, brand ambassador, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk skincare Sunscreen Facetology pada Generasi Z.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji T. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, yang dikumpulkan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan variabel brand ambassador berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk skincare Sunscreen Facetology pada generasi Z. Variabel kepercayaan konsumen tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk skincare Sunscreen Facetology. Secara simultan, variabel kualitas produk, brand ambassador, dan kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare Sunscreen Facetology.

Kata kunci : *kualitas produk, brand ambassador, kepercayaan konsumen*  
(xiii + 64 + lampiran)  
Daftar pustaka (2013 – 2024)