

Widya Chaerunisa Sutadie, 12222131

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND*  
*AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KECANTIKAN L'Oréal**

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

**ABSTRAK**

L'Oréal merupakan salah satu merek kosmetik dan skincare dari perusahaan multinasional berasal dari Perancis. Produk-Produk L'Oréal menempati *top of mind* dan mudah ditemukan pada store kosmetik maupun marketplace. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan L'Oréal.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yang termasuk dalam jenis non- probability sampling, dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna Produk Kecantikan L'Oréal di Jakarta. Dalam penelitian ini menggunakan tahap analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Asumsi, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Parsial t, Uji Simultan f dan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek, Kualitas Produk Dan *Brand Ambassador* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan L'Oréal di Jakarta. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan juga, secara simultan Citra Merek, Kualitas Produk Dan *Brand Ambassador* Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian produk kecantikan L'Oréal.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian.  
(xii+60+lampiran).

Daftar Pustaka (2018-2024)