

ABSTRAK

YOHANA NILAMSARI 17818461

Pengaruh Kredibilitas Prilly Latuconsina Sebagai *Brand Ambassador* Azarine Terhadap Minat Beli Produk

Kata Kunci : Kredibilitas Brand Ambassador, Minat Beli

(xiv + 70 + lampiran)

Persaingan yang ketat dalam dunia kecantikan membuat sebuah brand harus selektif dalam mempromosikan produknya agar dapat bersaing secara sehat.. Penulisan ilmiah ini untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kredibilitas Prilly Latuconsina sebagai *brand ambassador* azarine terhadap minat beli masyarakat akan produk skincare tersebut. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dalam kurun waktu dari bulan Juni 2021, dengan total 100 responden. Variabel Independen adalah Kredibilitas Prilly Latuconsina sebagai *Brand Ambassador*. Sedangkan Variabl Dependen adalah minat beli dalam membeli produk tersebut. Alat analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penyebaran kuisisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh Kredibilitas Prilly Latuconsina sebagai *Brand Ambassador* Azarine Terhadap Minat Beli. Nilai koefisien variabel Kredibilitas Prilly Latuconsina sebagai Brand Ambassador (X) memiliki nilai positif yaitu 0,978 dan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 40,1%

Daftar Pustaka (1990-2020)