

ABSTRAK

Grace Esther, 17822107

Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Ambassador* Nagita Slavina Dan Rayyanza Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada *Followers Instagram* @Bumbubunda.byelia

Kata Kunci: *Brand Image*, *Brand Ambassador*, Instagram, Keputusan Pembelian
(xiii + 108 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *Brand Image* dan *Brand Ambassador* terhadap keputusan pembelian produk pada *followers* akun Instagram @bumbubunda.byelia. Penelitian ini menggunakan *Elaboration Likelihood Theory* yang menjelaskan bahwa seseorang menggunakan cara berbeda untuk mencerna pesan persuasif. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme. Penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* untuk populasi yang diketahui. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode kuesioner yang disebar kepada 400 responden sebagai sampel dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Brand Image* terhadap keputusan pembelian produk. Hal ini dapat dijelaskan dari hasil uji T yang diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 1 ditolak dan H_1 diterima. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Brand Ambassador* Nagita Slavina dan Rayyanza terhadap keputusan pembelian produk. Hal ini dapat dijelaskan dari hasil uji T yang diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 2 ditolak dan H_2 diterima. Serta dari hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa *Brand Image* dan *Brand Ambassador* memiliki pengaruh sebesar 0.907 atau jika dipresentasikan sebanyak 90,7%. Artinya, kekuatan hubungan dua variabel memiliki hubungan yang sangat kuat.

(Daftar Pustaka 2003-2022)