

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, *brand ambassador* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan variabel harga, *brand ambassador* dan kualitas produk. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang dan kesempatan yang sama untuk setiap unsur populasi yang dipilih menjadi sampel berdasarkan kebutuhan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner dengan jumlah sampel 100 responden menggunakan formula *lemeshow*. Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh antar variabel. Sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolienaritas dan uji heteroskedastisitas dengan dibantu menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, *brand ambassador* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening.

Kata Kunci: Harga, *brand ambassador*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of price, brand ambassador, and product quality on product buying decisions of Scarlet Whitening.

The research was quantitative with variables of price, brand ambassador, and product quality. Moreover, the data collection technique used a nonprobability sampling technique. While, this technique did not give equal chance or opportunity to every element of the population as a sample based on the needs. Furthermore, the instrument in data collection technique used questionnaires with 100 respondents chosen as samples through the lemeshow formula. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression analysis aiming to get a whole view among variables. Meanwhile, classical assumption tests were used namely normality test, multicollinearity test, and heteroscedastic test with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 23

The research result concluded that price, brand ambassador, and product quality had a positive and significant effect on product buying decisions of Scarlet Whitening.

Keywords: *Price, Brand Ambassador, Product Quality on Buying Decisions*



I certify that this translation is true and accurate, Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day 22/2/22

M. Faisal, S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 39 Surabaya 60118, Indonesia