

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *brand ambassador*, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *brand ambassador*, kualitas produk dan citra merek. Sementara variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengumpulan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: brand ambassador, kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aimed to analyze and find out the effect of brand ambassadors, product quality, and brand image on the purchasing decisions of Scarlett Whitening products. While the independent variables were brand ambassador, product quality, and brand image. Meanwhile, the dependent variable was purchasing decisions. This research was quantitative. Moreover, the data collection technique used a non-probability sampling technique i.e., a sample collection technique that did not give the same opportunity to every population member selected as the sample. Furthermore, the instrument of data collection technique used questionnaires. The questionnaires were distributed to 98 respondents. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 23 version. The result indicated that brand ambassadors had a positive and significant effect on the purchasing decisions of Scarlett Whitening products. Likewise, product quality had a positive and significant effect on the purchasing decisions of Scarlett Whitening products. Similarly, the brand image had a positive and significant effect on the purchasing decisions of Scarlett Whitening products

Keywords : *Brand Ambassadors, Product Quality, Brand Image, Purchasing Decisions*

