

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAAN
PEMBELIAN
(SURVEY PADA KONSUMEN *MEN'S BIORE* DI BANDUNG UTARA)**

Putri Natin Siregar

10090311227

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Brand Ambassador* terhadap keputusan pembelian. Penelitian dilakukan pada konsumen *Men's Biore* di Bandung Utara.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian verifikatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel independent dengan variabel dependent. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data dengan mengedarkan kuesioner dan wawancara terstruktur

Subjek dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen *Men's Biore* di Bandung Utara. Teknik pengumpulan sampel adalah *non probability sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana yang bertujuan untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *Brand Ambassador* terhadap keputusan pembelian konsumen *Men's Biore* di Bandung Utara dengan nilai $p = 0.000$, koefisien korelasi sebesar 0.658 ($R = 0.658$), dan koefisien determinan ($R\text{-Square} / R^2$) sebesar 79,2 %. Artinya *Brand Ambassador* secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Ambassador* dan Keputusan Pembelian Konsumen

**THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR ON CONSUMER
PURCHASE DECISION**

(CONSUMER SURVEY MEN'S BIORE IN NORTH BANDUNG)

Putri Natin Siregar

10090311227

ABSTRACT

The purpose of this research is to know how to influence the quality of products on purchase decisions . The study was conducted in Islamic University Of Bandung Students .

This type of research is a kind of verification research is research that aims to determine the relationship of independent variables with the dependent variable. While research method used was survey method. Survey methods used to obtain data from a particular place is natural (not artificial), but researchers do treatment in the collection of data by distributing questionnaires and structured interviews.

Subjects in this study were 100 consumer Men's Biore in North Bandung. Sample collection technique is non-probability sampling. Analysis of the data that is in use is a simple regression analysis aimed to test the hypothesis.

The results showed the influence of Brand Ambassador on purchase decisions with values to $p = 0.000$, correlation coefficient of 0.658 ($R = 0.658$), and the determinant coefficiently ($R - Square/ R^2$) of 79,2 %. This means that Brand Ambassador significantly positive effect on purchase decisions.

Keywords : Brand Ambassador and Consumer Purchase Decision