

PENGARUH MEDIA IKLAN TELEVISI, *BRAND AMBASSADOR*, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GARNIER *FACIAL FOAM* (Studi Pada Mahasiswa-Mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)

GANDHI WIDAGDO

NPM: 141110225

**Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta**

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh media iklan, *brand ambassador* dan harga terhadap keputusan pembelian. Yang mana media iklan televisi sebagai variabel X1 dan *brand ambassador* sebagai variabel X2, serta sebagai variabel X3 yaitu harga. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta. Penelitian ini mengambil responden sebanyak 109, dengan metode analisis deskriptif dan analisis kuantitatif regresi linier berganda. Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan ada pengaruh secara signifikan media iklan televisi, *brand ambassador*, dan harga terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh secara signifikan media iklan televisi terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh secara signifikan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh secara signifikan harga terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: media iklan televisi, *brand ambassador*, harga, keputusan pembelian