

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Survey pada Konsumen Erigo di Kabupaten Sleman D.I Yogyakarta)**

ASTRI INDRA LESTARI

NIM : 141150187

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi UPN

“Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *brand ambassador*, *brand image*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Hipotesis yang diajukan dari perumusan masalah tersebut adalah terdapat pengaruh antara komponen *brand ambassador*, *brand image*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama dan parsial. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah membeli produk Erigo di D.I Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden sebagai sampel penelitian. Sampel diambil dengan metode *purposive sampling*. Data di kumpulkan menggunakan kuesioner yang valid dan reliabel kemudian dilakukan analisis data dan uji hipotesis menggunakan software SPSS. Hasil analisis diketahui bahwa *brand ambassador*, *brand image*, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Erigo di Kabupaten Sleman D.I Yogyakarta.

Kata kunci : *Brand ambassador*, *brand image*, kualitas produk dan harga, keputusan pembelian