

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN PEMBERIAN HADIAH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* SOMETHINC
(SURVEI KONSUMEN DI KOTA YOGYAKARTA)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* dan pemberian hadiah terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc di Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan sampel sebagian pengguna produk *skincare* Somethinc di Kota Yogyakarta. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Kriteria sampel pada penelitian ini yaitu berusia 13 tahun ke atas dan pernah membeli produk *skincare* Somethinc. Analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu analisis regresi linear berganda yang diuji menggunakan *software* IBM SPSS 26. Berdasarkan analisis yang dilakukan didapatkan hasil penelitian yaitu (1) *brand ambassador* dan pemberian hadiah secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc di Kota Yogyakarta (2) *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc di Kota Yogyakarta (3) pemberian hadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc di Kota Yogyakarta.

Kata kunci : keputusan pembelian, *brand ambassador*, pemberian hadiah