

ABSTRAK

Fani Fadhillah, Nomor Induk Mahasiswa 152190008, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul penelitian “Pengaruh *Brand Ambassador* dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Pada *E-commerce* Shopee Indonesia (Studi pada mahasiswa aktif di Provinsi DIY)”. Dosen Pembimbing Susanta dan Sadeli.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis “Pengaruh *Brand Ambassador* dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Pada *E-commerce* Shopee Indonesia (Studi pada mahasiswa aktif di Provinsi DIY)”. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan jenis teknik purposive sampling. Responden yang digunakan sejumlah 68 orang. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu SEM PLS dengan sofeware Smart PLS versi 4.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Ambassador* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Z), Distribusi (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Z), *Brand Ambassador* (X1) berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* (Y), Distribusi (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* (Y), *Brand Image* (Y) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Z), *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Z) melalui *Brand Image* (Y), Distribusi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* (Y).

Saran dari penelitian ini Shopee diharapkan dapat terus memperbaiki dan menjaga kualitas brand ambassador, meningkatkan brand image yang bagus kepada konsumen, dan memperluas jalur distribusi sehingga menarik minat beli konsumen.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, Distribusi, *Brand Image*, Keputusan Pembelian.