

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE AZARINE COSMETIC***

**(Survei pada Generasi Z di Yogyakarta)**

**NADIA INTAN PRAMESTI**

**NIM. 141200018**

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[nadia77887@gmail.com](mailto:nadia77887@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image*, *Brand Ambassador*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian survei, dengan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z di Yogyakarta serta sampel pada penelitian ini sebanyak 110 Generasi Z di Yogyakarta, menggunakan data primer dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Brand image*, *brand ambassador* dan *online customer review* secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 4) *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, *Brand Ambassador*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADORS, AND  
ONLINE CUSTOMER REVIEWS ON PURCHASING DECISIONS FOR  
AZARINE COSMETIC SKINCARE PRODUCTS***

***(Survey of Generation Z in Yogyakarta)***

**NADIA INTAN PRAMESTI**

**NIM. 141200018**

*Management Study Program*

*Faculty of Economics and Business UPN “Veteran” Yogyakarta*

[nadia77887@gmail.com](mailto:nadia77887@gmail.com)

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of Brand Image, Brand Ambassador, and Online Customer Review on Purchasing Decisions. This research is a survey research, with data collection tools in the form of questionnaires. The population in this study were all Generation Z in Yogyakarta and the sample in this study were 110 Generation Z in Yogyakarta, using primary data with purposive sampling method. The data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS 25. The results showed that: 1) Brand image, brand ambassadors and online customer reviews together have a significant effect on purchasing decisions, 2) Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, 3) Brand ambassadors have a positive and significant effect on purchasing decisions, 4) Online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

***Keywords:*** *Brand Image, Brand Ambassador, Online Customer Review, Purchase Decision*