

ABSTRAKSI

Hannisa Mentari Siwi, Nomor Mahasiswa 152180110, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian *Online* melalui Citra Merek pada Produk *Skincare* Somethinc”, 2024. Dosen Pembimbing Susanta dan Suratna.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian *Online* terhadap Citra Merek. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 68 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling* untuk menentukan jumlah populasi. Analisis data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisa Inferensial menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *Electronic Word Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Online*, *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Online*, Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Online*, *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap Citra Merek, *Brand Ambassador* berpengaruh terhadap Citra Merek, *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Online* melalui Citra Merek, dan *Brand Ambassador* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Online* melalui Citra Merek.

Berdasarkan hasil penelitian, Somethinc diharapkan dapat mempertahankan kepercayaan konsumen. Somethinc juga dapat lebih mengeksplorasi testimoni pengguna yang telah mendapatkan hasil positif dari produk, lebih menonjolkan keahlian *brand ambassador*, meningkatkan transparansi saat berkomunikasi dengan audiens, dan meningkatkan *user experience* untuk menarik para pelanggan.

Kata kunci : *Electronic Word of Mouth*, *Brand Ambassador*, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian *Online*