

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, HARGA DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC
(Survei Pada Konsumen Somethinc di Daerah Kabupaten Sleman)**

ARINI RAIHANA SYAHIDA

NIM. 141200248

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

141200248@student.upnyk.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *brand ambassador*, harga, dan *product quality* terhadap keputusan pembelian produk Somethinc. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Somethinc di Daerah Kabupaten Sleman. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability* dengan metode *purposive sampling*. Data diperoleh dari kuesoner yang disebar dengan google formulir, dan mendapatkan responden sebanyak 110 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 27. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc. 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc. 3) *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc. 4) *Brand Ambassador*, Harga, dan *Product Quality* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Somethinc.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, Harga, *Product Quality*, Keputusan Pembelian