

ABSTRAK

PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN ONLINE CUSTOMER RIVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Ardila Elis Fitriyani

Keputusan pembelian adalah suatu keadaan dimana seorang konsumen memulai proses penentuan Ketika hendak membeli sebuah produk atau memakai jasa. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode kausalitas. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan (*Field research*). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk Scarlett Whitening dengan jumlah sampel 180 konsumen. Pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan Teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis uji t dan uji f. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian ini secara parsial dan simultan menunjukkan variabel Brand Ambassador, Online Customer Review berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Brand Ambassador, Online Customer Review dan Keputusan pembelian