

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* ARTIS INDONESIA DAN *BRAND AMBASSADOR* ARTIS KOREA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* (Studi pada Masyarakat di Kota Bandar Lampung)**

**Oleh**

**DIAH AYU APRILIANI**

Telah dilakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *Brand Ambassador* artis Indonesia dan *Brand Ambassador* artis Korea terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Brand Ambassador* artis Indonesia ( $X_1$ ), *Brand Ambassador* artis Korea ( $X_2$ ) serta keputusan pembelian ( $Y$ ) sebagai variabel terikat. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau sering berbelanja produk Shopee di Kota Bandar Lampung, data tersebut diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan skala *likert* yang disebarakan melalui *google form*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Brand Ambassador* artis Indonesia secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *Brand Ambassador* artis Korea secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil secara simultan variabel *Brand Ambassador* artis Indonesia dan *Brand Ambassador* artis Korea berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam melakukan pembelian produk pada *e-commerce* Shopee dengan nilai *R Square* sebesar 0,301 atau 30,1%.

**Kata Kunci:** *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

### **INFLUENCE BRAND AMBASSADOR INDONESIAN ARTISTS AND BRAND AMBASSADOR KOREAN ARTISTS AGAINST THE DECISIONPURCHASE AT E-COMMERCE (Study in the Bandar Lampung Community)**

*By*

**DIAH AYU APRILIANI**

*Research has been conducted with the aims of knowing the influence of Indonesian artist Brand Ambassador variables and Korean artist Brand Ambassadors on purchasing decisions in Shopee e-commerce. The independent variables used in this study are Indonesian artist Brand Ambassadors (X1), Korean artist Brand Ambassadors (X2) and purchasing decisions (Y) as the dependent variable. The type of research used in this research is quantitative research with a descriptive approach. The population in this study were consumers who had or often shopped for Shopee products in Bandar Lampung City, the data was obtained from a questionnaire using a Likert scale distributed via google form. The sample in this study amounted to 100 respondents who were taken using accidental sampling technique. The data in this study were analyzed using multiple linear regression analysis with SPSS tools. The results of this study indicate that the Indonesian artist Brand Ambassador variable partially has a significant effect on purchasing decisions, the Korean artist Brand Ambassador variable partially has no significant effect on purchasing decisions. While the results simultaneously variable Indonesian artist Brand Ambassador and Korean artist Brand Ambassador have a significant effect on purchasing decisions in purchasing products in Shopee e-commerce with an R Square value of 0.301 or 30.1%.*

**Keywords: Brand Ambassador, Purchase Decision**