

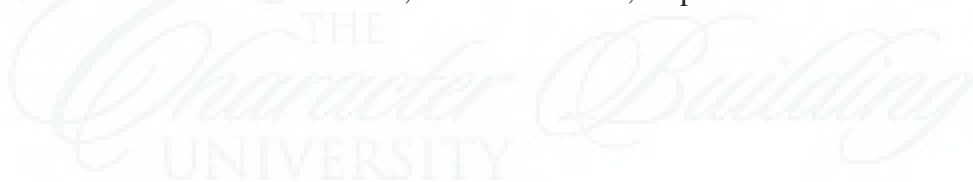
## ABSTRAK

**Zhania Zeyn Simangunsong, NIM 7183210032, Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018), Skripsi Jurusan Manajemen, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Tahun 2022**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilaksanakan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan *Purposive Sampling* dengan menggunakan rumus lemesshow sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, studi pustaka, wawancara dan melalui angket (Kuesioner) yang pengukurannya menggunakan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode Analisis Regresi Berganda dengan persamaan  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$  serta diolah dengan program SPSS 25.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* dan Kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari nilai F hitung sebesar 231.428 dengan f tabel sebesar 3.09. Secara parsial *brand ambassador* memiliki nilai t hitung sebesar 8.630 dengan t tabel sebesar 1.984 dapat disimpulkan *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 2.463 dengan t tabel sebesar 1.984 dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian dapat disimpulkan *brand ambassador* dan Kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

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



## ABSTRACT

**Zhania Zeyn Simangunsong, NIM 7183210032, *The Influence of Brand Ambassadors and Product Quality on Product Purchase Decisions Ms Glow (Case Study on Students of the Faculty of Economics Stambuk 2018)*, Thesis Department of Management, Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Medan, 2022**

*This study aims to determine the effect of Product Quality Brand Ambassadors on Ms Glow's Product Purchase Decisions, either partially or simultaneously. This research was conducted on students of the Stambuk Economics Faculty 2018. The population in this study is unknown while the sampling technique in this study uses purposive sampling using the lemesshow formula so that the sample in this study is 100 students. Data collection techniques used are observation, literature study, interviews and through a questionnaire (Questionnaire) whose measurement uses a Likert scale. The data analysis technique used is the Multiple Regression Analysis method with the equation  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$  and processed with the SPSS 25.0 for windows program.*

*The results showed that the brand ambassador and product quality simultaneously had a significant effect on purchasing decisions. This can be seen from the calculated F value of 231,428 with an f table of 3.09. Partially the brand ambassador has a t-count value of 8.630 with a t-table of 1.984, it can be concluded that the brand ambassador has an effect on purchasing decisions. Partially, product quality has a t-count value of 2.463 with a t-table of 1.984, it can be concluded that product quality has an effect on purchasing decisions n. Thus, it can be concluded that the brand ambassador and product quality partially and simultaneously affect the purchasing decisions of Ms Glow's products at the students of the Faculty of Economics, State University of Medan.*

**Keywords:** *Brand Ambassador, Product Quality, Purchase Decision*

