

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN IKLAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE: STUDI PADA MAHASISWA  
PRODI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

**Oleh**

**Nyoman Bayu Putra Tangkas, NIM 1817041267**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari *brand ambassador* dan iklan baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian di Shopee. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 95 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee. (2) Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee. (3) *Brand Ambassador* dan Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, Iklan, Keputusan Pembelian

**Abstract**

*This study aims to examine the effect of brand ambassadors and advertisements either simultaneously or partially on purchasing decisions at Shopee. The research design used is causal quantitative research. Determination of the sample in the study using purposive sampling technique. The number of samples used is 95 respondents. The instrument used in data collection is a questionnaire and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) Brand Ambassador has a positive and significant effect on purchasing decisions at Shopee. (2) Advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions at Shopee. (3) Brand Ambassadors and Advertisements have a positive and significant impact on purchasing decisions at Shopee.*

**Keywords:** *Brand Ambassador, Advertising, Purchase Decision*