

PENGARUH GAYA HIDUP DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH

Oleh

Putu Wardani Utari Putri, NIM 2117041171

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan rancangan kuantitatif kausal, dengan metode sampling *non-probability* sampling. Teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive* sampling, dengan jumlah sampel sebesar 140 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda yang meliputi (1) Uji instrumen seperti uji validitas dan uji reliabilitas, (2) Uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedasitas, (3) Uji regresi linier berganda seperti uji F, uji t, serta koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Ada pengaruh gaya hidup dan *brand ambassador* secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Ada pengaruh dari gaya hidup terhadap keputusan pembelian. (3) Ada pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian.

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

***THE INFLUENCE OF AMBASSADOR'S LIFESTYLE AND BRAND ON
WARDAH COSMETIC PURCHASING DECISIONS***

By

Putu Wardani Utari Putri, NIM 2117041171

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study aims to test the influence of lifestyle and brand ambassadors on purchasing decisions, both simultaneously and partially. This study uses a causal quantitative design, with a non-probability sampling method. The sampling technique used is purposive sampling, with a sample size of 140 respondents. The data collection method used is a questionnaire. The data analysis technique in this study is quantitative with multiple linear regression analysis which includes (1) Instrument testing such as validity testing and reliability testing, (2) Classic assumption testing such as normality testing, multicollinearity testing, and heteroscedasticity testing, (3) Multiple linear regression testing such as F testing, t testing, and coefficient of determination. The results of this study are (1) There is a positive and significant influence of lifestyle and brand ambassadors on purchasing decisions. (2) There is an influence of lifestyle on purchasing decisions. (3) There is an influence of brand ambassadors on purchasing decisions.

Keywords: Lifestyle, Brand Ambassador, Purchase Decision