

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK
LIPCREAM HANASUI (Studi Pada Kecamatan Buleleng)**

Oleh:

Luh Putu Evita Rini, NIM 2217041172

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat, terutama pada produk kecantikan yang mendukung penampilan, salah satunya adalah pewarna bibir (*lipcream*). Kondisi ini menyebabkan meningkatnya persaingan antarperusahaan kosmetik dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas pembelian. Dalam menghadapi persaingan tersebut, perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif melalui penggunaan *brand ambassador* serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk agar mampu memengaruhi keputusan pembelian ulang konsumen. Hanasui sebagai salah satu merek kosmetik lokal yang cukup populer di kalangan masyarakat, khususnya remaja perempuan, terus berupaya mempertahankan daya saing produknya di tengah banyaknya pilihan merek kosmetik yang tersedia di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang produk *lipcream* Hanasui di Kecamatan Buleleng. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif untuk mengetahui hubungan antarvariabel yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna produk *lipcream* Hanasui yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis secara simultan dan parsial, serta uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang produk *lipcream* Hanasui. Secara parsial, *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, demikian pula kualitas produk yang juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan *brand ambassador* yang tepat serta kualitas produk yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian ulang konsumen terhadap produk *lipcream* Hanasui.

Kata kunci: *brand ambassador*, kualitas produk, keputusan pembelian ulang, *lipcream* Hanasui.

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADORS AND PRODUCT QUALITY
ON REPURCHASE DECISIONS FOR HANASUI LIP CREAM (A Study in
Buleleng District)***

By:

Luh Putu Evita Rini, Student ID 2217041172

Department of Management

ABSTRACT

The cosmetics industry in Indonesia is experiencing rapid growth, particularly in beauty products that enhance appearance, such as lip cream. This trend has intensified competition among cosmetic companies striving to attract consumers and maintain purchasing loyalty. To navigate this competitive landscape, companies must implement effective marketing strategies such as utilizing brand ambassadors and ensuring high product quality to influence consumer repurchase decisions. Hanasui, a local cosmetic brand popular among the public (especially young women), continuously strives to maintain its product competitiveness amidst the wide array of cosmetic brands available in the market. This study aims to analyze the influence of brand ambassadors and product quality on the repurchase decisions for Hanasui lip cream in Buleleng District. A quantitative approach with an associative research design was employed to examine the relationships between the variables. Data was collected via questionnaires distributed to Hanasui lip cream users who met the study's criteria. Data analysis techniques included instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, simultaneous and partial hypothesis testing, and the coefficient of determination test, all conducted using SPSS software. The results indicate that brand ambassadors and product quality simultaneously influence repurchase decisions for Hanasui lip cream. Individually, both brand ambassadors and product quality were found to have a significant impact on repurchase decisions. These findings suggest that selecting the right brand ambassador and ensuring high product quality can boost consumer repurchase decisions regarding Hanasui lip cream.

Keywords: brand ambassador, product quality, repurchase decision, Hanasui lip cream.