

ABSTRAK

Reza mulyana. 3402190353. Pengaruh Pengembangan Produk dan *Brand Ambassador* terhadap Proses Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen *Smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis). Di bawah bimbingan Ibu Dr. Hj. Aini Kusniawati, M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, SE. M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya keputusan pembelian konsumen pada *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis yang diakibatkan oleh belum optimalnya pengembangan produk dan *brand ambassador*. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana pengaruh pengembangan produk terhadap proses keputusan pembelian pada produk *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis?; Bagaimana pengaruh *brand ambassador* terhadap proses keputusan pembelian pada produk *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis?; Bagaimana pengaruh pengembangan produk dan *brand ambassador* terhadap proses keputusan pembelian pada produk *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis?. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: Pengaruh pengembangan produk terhadap proses keputusan pembelian pada produk *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis; Pengaruh *brand ambassador* terhadap proses keputusan pembelian pada produk *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis; Pengaruh pengembangan produk dan *brand ambassador* terhadap proses keputusan pembelian pada produk *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dengan pendekatan data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis pada bulan Januari–Desember 2021 yaitu sebanyak 1.060 orang, sampel yang dipilih adalah sebanyak 92 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket. Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengembangan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis. Artinya semakin baik pengembangan produk maka keputusan pembelian konsumen konsumen akan meningkat; Terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis. Artinya semakin baik penggunaan *brand ambassador* maka keputusan pembelian konsumen konsumen akan meningkat; Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengembangan produk dan *ambassador* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis. Artinya semakin baik pengembangan produk dan *brand ambassador* maka keputusan pembelian konsumen konsumen akan meningkat.

Kata Kunci: Pengembangan Produk, *Brand Ambassador* dan Proses Keputusan Pembelian