

## ABSTRAK

**Isti Martini, Nim. 3402210118. “Pengaruh *Brand Ambassador* Red Velvet Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makeup Series Azarine Pada Generasi Z (Suatu Studi di Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Apri Budianto, Drs., MM. (Pembimbing I) dan Ibu Wiwin Setianingsih, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada *brand ambassador* Red Velvet dan harga terhadap keputusan pembelian produk makeup series azarine pada generasi Z (Suatu Studi di Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana *Brand Ambassador* Red Velvet berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Makeup Series Azarine pada Generasi Z di Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis?; 2) Bagaimana Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Makeup Series Azarine pada Generasi Z di Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis?; 3) Bagaimana *Brand Ambassador* Red Velvet dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Makeup Series Azarine pada Generasi Z di Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Pengaruh *brand ambassador* Red Velvet terhadap keputusan pembelian produk makeup series Azarine pada generasi Z di Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis; 2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk makeup series Azarine pada generasi Z di Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis; 3) Pengaruh *brand ambassador* Red Velvet dan harga terhadap keputusan pembelian produk makeup series Azarine pada generasi Z di Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana dan Berganda, Analisis Regresi Linear Sederhana dan Berganda, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis menggunakan Uji Parsial (Uji t), dan Uji Simultan (Uji F). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan *brand ambassador* dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Harga dan Keputusan Pembelian**