

ABSTRAK

Syifa Sri Mulyani, NIM 3402200139. Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Ambassador* terhadap Minat Beli Konsumen (suatu studi pada konsumen produk *skincare* MS GLOW di Desa Jelat Kecamatan Baregbeg). Dibawah bimbingan Bapak Dr. Apri Budianto, Drs., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Marlina Nur Lestrasi, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Ambassador* terhadap Minat Beli Konsumen (suatu studi pada konsumen produk *skincare* MS GLOW di Desa Jelat Kecamatan Baregbeg. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu; 1) Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap minat beli konsumen produk *skincare* MS Glow di Desa Jelat?; 2) Bagaimana pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen produk *skincare* MS Glow di Desa Jelat?; 3) Bagaimana pengaruh *brand image* dan *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen produk *skincare* MS Glow di Desa Jelat?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh *brand image* terhadap minat beli konsumen produk *skincare* MS Glow di Desa Jelat; 2) Pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen produk *skincare* MS Glow di Desa Jelat; 3) Pengaruh *brand image* dan *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen produk *skincare* MS Glow di Desa Jelat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk *skincare* MS Glow di Desa Jelat Kecamatan Baregbeg yang belum diketahui, maka untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow, sehingga jumlah sampel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang. Dalam pengumpulan data dilakukan dengan beberapa teknik yaitu, studi kepustakaan, studi lapangan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis (uji t), analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji f). Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut ; 1). *Brand image* yang dimiliki oleh MS Glow selama ini sudah sangat baik. Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand image* terhadap minat beli konsumen; 2). *Brand ambassador* yang dipilih oleh MS Glow selama ini sudah baik. Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen; 3). Minat beli konsumen pada produk *skincare* MS Glow selama ini sudah sangat baik. Selanjutnya berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand image* dan *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen produk *skincare* MS Glow di Desa Jelat. Artinya, semakin baik *brand image* dan *brand ambassador* maka minat beli konsumen akan meningkat. Perusahaan diharapkan dapat lebih meningkatkan *brand image* dan *brand ambassador* sehingga meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Brand Ambassador* dan Minat Beli Konsumen