ABSTRAK

Perkembangan bisnis skincare di Indonesia saat ini sangat pesat karena tingginya permintaan merawat kulit wajah yang terus meningkat terlebih lagi di masa pandemi. Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan yang terjadi pada everwhite dimana minat beli pada everwhite masih kurang baik, dengan total penjualan sebesar 1,05 miliar dimana masih kalah bersaing dengan brand skincare lokal yang baru saja launching. Untuk dapat meningkatkan penjualan perusahaan harus dapat lebih menarik hati konsumen untuk melakukan minat pembelian pada produknya, ada berbagai cara yang dapat dilakukan untuk menarik perhatian para konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand ambassador, brand image, dan kualitas produk terhadap minat beli produk skincare everwhite di kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pemilihan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 masyarakat kota Bandung yang mengetahui skincare everwhite dan mengetahui Kim Seon Ho sebagai brand ambassador everwhite.

Hasil penelitian secara simultan diketahui bahwa brand ambassador memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, diperoleh nilai ($t_{hitung} 2,703 > (t_{tabel} 1,985)$) dan angka signifikan $0,008 < 0,5$. Secara parsial diketahui bahwa brand image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, diperoleh nilai ($t_{hitung} 2,199 > (t_{tabel} 1,985)$) dan angka signifikan $0,030 < 0,5$. Secara parsial diketahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, diperoleh nilai ($t_{hitung} 4,303 > (t_{tabel} 1,985)$) dan angka signifikan $0,000 < 0,5$. Dan secara simultan diketahui bahwa brand ambassador, brand image, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ($F_{hitung} 91,249 > (F_{tabel} 2,70)$) dengan angka signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : *Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk, Minat Beli*