

ABSTRAK

Sebagai salah satu brand fashion lokal terfavorit konsumen tanah air, Erigo merupakan brand lokal yang mengedepankan kualitas dan desain produknya yang cocok baik untuk kegiatan sehari-hari maupun traveling. Arief Muhammad adalah salah satu influencer terkenal juga diangkat sebagai Brand Ambassador Erigo untuk menarik para konsumen atau para followers Arief Muhammad agar produk Erigo laku di kalangan anak muda dengan brand lokalnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Brand Ambassador Arief Muhammad Terhadap Keputusan Pembelian Di Kalangan Followers Erigo.

Populasi penelitian ini berjumlah 100 responden. Variabel bebas penelitian ini adalah Brand Ambassador dan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Metode analisis inferensial yang dipakai dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Sederhana.

Berdasarkan hasil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian, serta variabel Brand Ambassado dan Keputusan Pembelian memberikan kontribusi pengaruh sebesar 83,1%.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Keputusan Pembelian, Followers*