

ABSTRAK

Produk skincare pada saat ini dipandang sebagai salah satu kebutuhan utama yang harus dipenuhi. Bukan hanya membuat penampilan menarik saja, akan tetapi yang terpenting adalah menciptakan kulit yang sehat. Di Indonesia terdapat berbagai macam produk kecantikan yang beraneka ragam, pada saat ini produk kecantikan telah berkembang sedemikian rupa mengikuti perkembangan zaman.

Jenis penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, dalam penelitian ini pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability dengan teknik purposive sampling, Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Bernoulli, maka diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 96 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial *brand ambassador* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan hasil hitung masing-masing variabel $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1.984 dan signifikansi (*pvalue*) < 0.05 , begitupun hasil secara simultan bahwa *brand ambassador* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan hasil hitung $F_{hitung} > F_{tabel}$ (51.440 $>$ 3.089) dan signifikansi (*pvalue*) $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Besaran kontribusi dari *brand ambassador* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk MS Gloiw di Shopee, yaitu sebesar 51.5%, sedangkan sisanya sebesar 48.5% merupakan kontribusi pengaruh terhadap variabel *dependent* keputusan pembelian dari variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian