

## ABSTRAK

**Azka Azkiya (1199240037): “PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* (BA) DAN *COUNTRY OF ORIGIN* (COO) TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK SOMETHINC (Studi Kasus Pada Konsumen Penggemar *Boygroup* Korea NCT Dream di Kota Bandung)”**

Persaingan produk perawatan wajah kini sudah marak dan untuk menjadi yang terbaik dibutuhkan hal pembeda dari sebuah produk dengan produk lainnya. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menonjol diantara banyaknya pesaing produk yang serupa adalah menggaet *Brand Ambassador* yang sedang naik daun. Serta menonjolkan *Country of Origin* produk yang berasal dari Indonesia untuk menambah kebanggaan konsumen dengan membeli produk dalam negeri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Brand Ambassador* dan *Country of Origin* pada produk Somethinc baik secara parsial ataupun secara simultan terhadap *Purchase Decision* yang dilakukan dengan sampel konsumen penggemar *boygroup* Korea NCT Dream di kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan merupakan *non-probability sampling* serta metode *purposive sampling* sebagai penentuan sampelnya yang berjumlah 100 orang sebagai responden dengan kriteria pengguna produk Somethinc yang juga merupakan penggemar NCT Dream pada wilayah kota Bandung. Pengujian instrument data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Sedangkan untuk analisis data penelitian menggunakan teknik Analisis Statistik Deskriptif, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas serta Uji Heterokedastisitas, dan terakhir Uji Hipotesis yang meliputi Uji Parsial (T), Uji Simultan (F) serta Koefisien Determinasi. Keseluruhan proses pengolahan data pada penelitian kali ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

Penelitian ini menghasilkan *Brand Ambassador* secara parsial berpengaruh terhadap variabel *Purchase Decision* terlihat dari hasil perhitungan nilai  $t_{hitung} 3,286 > t_{tabel} 1,98472$ . Untuk hasil *Country of Origin* secara parsial berpengaruh terhadap variabel *Purchase Decision* terlihat dari hasil perhitungan nilai  $t_{hitung} 3,043 > t_{tabel} 1,98472$ . Untuk hasil simultan *Brand Ambassador* dan *Country of Origin* berpengaruh terhadap variabel *Purchase Decision* terlihat dari hasil perhitungan nilai  $F_{hitung} 15,414 > F_{tabel} 3,090$ . Lalu untuk hasil pengujian Koefisien Determinasi memiliki hasil *Adjusted R Square* sebesar 0,226 yang berarti Variabel *Brand Ambassador* dan *Country of Origin* memberikan sumbangan pengaruh secara bersama-sama sebesar 22,6% terhadap Variabel *Purchase Decision* dan sisanya 77,4% dipengaruhi Variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Brand Ambassador, Country of Origin, Purchase Decision*

