

ABSTRAK

Atika Farhatun Fadilah (1199240033): “PENGARUH *STRAY KIDS* SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* DAN *FREE PREMIUM GIFT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NACIFIC (STUDI KASUS PADA PENGGEMAR *STRAY KIDS* DI KOTA BANDUNG)”

Setiap tahunnya perkembangan kosmetik semakin canggih dan semua *brand* kosmetik berlomba lomba menaikkan produk penjualannya. *Brand Ambassador* menjadi salah satu strategi utama untuk meningkatkan penjualan. Serta memberikan sebuah *Free Premium Gift* sebagai strategi tambahan untuk menarik konsumen melakukan Keputusan Pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Stray Kids* sebagai *Brand Ambassador* dan *Free Premium Gift* terhadap Keputusan Pembelian produk Nacific dengan sampel konsumen penggemar *Stray Kids* di Kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif *verifikatif* dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*, melibatkan 100 responden dari Penggemar *Stray Kids* pada wilayah Kota Bandung dan merupakan pengguna produk Nacific. Penelitian ini menggunakan teknik Analisis Statistik Deskriptif, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, serta Uji Heterokedasitas, dan terakhir Uji Hipotesis yang meliputi Uji Parsial (T), Uji Simultan (F), serta Koefisien Determasi. Proses pengolahan data pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

Penelitian menghasilkan *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,916 > 1,966$. Untuk *Free Premium Gift* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,990 > 1,966$. Untuk hasil simultan *Brand Ambassador* dan *Free Premium Gift* berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $23,030 > 3,09$. Untuk hasil Koefisien Determasi Nilai *R square* adalah 0,322 berarti variabel *Brand Ambassador* dan *Free Premium Gift* memberikan pengaruh secara bersama-sama sebesar 32,2% terhadap Keputusan Pembelian, sisanya sebesar 67,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, *Free Premium Gift*, Keputusan Pembelian