

## ABSTRAK

### **Raqsan Jani (1168020231) : Pengaruh Brand Ambassador Cristiano Ronaldo Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee ( Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung )**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Brand Ambassador Cristiano Ronaldo terhadap keputusan pembelian di Shopee.

*Brand Ambassador* adalah seseorang dengan identitas dan pamor yang terkenal di masyarakat dapat mewakili suatu produk atau perusahaan dan mampu berbicara banyak mengenai produk sehingga memberikan pengaruh yang besar terhadap ketertarikan pasar akan merek tersebut

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik non probability sampling dengan jumlah sampel 80 responden. Brand Ambassador merupakan Variabel X, dalam Penelitian ini Variabel X yaitu Brand Ambassador dipecah menjadi 4 variabel, yaitu Visibility X1, Credibility X2, Attraction X3 dan Power X4 dengan variabel Y nya adalah Keputusan Pembelian. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis linier berganda, uji hipotesis ( uji t & uji f ), dan koefisien determinasi.

Pengaruh *Brand ambassador* terhadap keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian berpengaruh signifikan. selaras dengan hasil uji f (simultan) pada tabel 4.9 yang menyatakan nilai  $F_{hitung}$  adalah 13.758, sedangkan nilai  $F_{tabel}$  yang telah ditentukan adalah 2.73 dan taraf signifikansi pengaruh *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power* terhadap keputusan pembelian berada pada taraf sig.  $\alpha = 0.000$ . Dari hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  yaitu  $13.758 \geq 2.73$ , dan taraf signifikansi  $\leq 0.1$  yaitu 0.000. hal ini menunjukkan bahwa secara simultan atau bersamaan *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian