

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* REALME DI TOP SELL
KEDIRI**

Yerikho Kurniawan

yerikhokurniawan97@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing :

Dr. Enni Sustiyatik, S.E. M.M.

Afif Nur Rahmadi, S.E. M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* Realme di Top Sell Kediri. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei yang dimana peneliti menyebarkan kuesioner dan kemudian menguji variabel-variabelnya melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* atau pengambilan sampel dengan kriteria berusia 18 tahun dan pernah membeli *smartphone* Realme. Alat uji yang digunakan adalah uji instrumen dan analisis jalur. Berdasarkan hasil uji analisis, diketahui bahwa variabel *Brand Image* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan variabel *Brand Ambassador* memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Brand Ambassador* dan *Brand Image* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, *Smartphone*.

***THE EFFECT OF AMBASSADOR BRAND AND BRAND IMAGE ON THE DECISION
TO PURCHASE REALME SMARTPHONE IN TOP SELL KEDIRI***

Yerikho Kurniawan

yerikhokurniawan97@gmail.com

Faculty of Economics Kadiri University

Supervisor :

Dr. Enni Sustiyatik, S.E. M.M.

Afif Nur Rahmadi, S.E. M.M.

This study aims to determine the effect of Brand Ambassador and Brand Image on purchasing decisions for Realme smartphones at Top Sell Kediri. This type of research is survey research in which researchers distribute questionnaires and then test the variables through hypothesis testing. This study used a sample of 100 respondents. The sampling technique in this study used the purposive sampling method or sampling with the criteria of being 18 years old and having bought a Realme smartphone. The test tools used are instrument test and path analysis. Based on the analysis test results, it is known that the Brand Image variable has a significant and positive effect on purchasing decisions. While the Brand Ambassador variable has a significant and positive influence on the Purchase Decision. The results also show that Brand Ambassador and Brand Image have a simultaneous effect on Purchase Decisions.

Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Purchase Decision, Smartphone.