

## ABSTRAK

### PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BIO BEAUTY LAB

Zalsabillah <sup>1)</sup> Teguh Prasetio, S.E, M.Si.<sup>2)</sup>

- 1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- 2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Pada saat ini perawatan diri dapat dikatakan suatu kebutuhan yang penting dalam kehidupan bagi sebagian masyarakat, perkembangan bisnis *skincare* sekarang berkembang pesat sehingga membuat banyak persaingan antara produk lokal dan produk luar negeri di pasaran. *Skincare* Bio Beauty Lab merupakan *skincare* lokal yang aman dan berkualitas. Bio Beauty Lab berharap produk mereka dapat terus meningkatkan penjualan dengan meningkatkan pembelian produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador*, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Jenis Penelitian ini adalah kuantitatif berupa data primer yang berasal dari pengguna produk Bio Beauty Lab. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu melalui *google form* berisi kuisioner yang disebarakan kepada responden dengan jumlah 112 responden. Data kemudian diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dengan hasil *brand ambassador* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian.