

ABSTRAK

Anissa Novanita Yunianto. 2024. Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo Pada Masyarakat Kota Madiun. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Hari Purwanto, S.E., M. M. Pembimbing (II) Indra Ayu Fatmala, S.E., M. M.

Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *brand ambassador*, *brand image*, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di 3 Kecamatan dalam Kota Madiun yaitu Kecamatan Magu Harjo, Kecamatan Taman, dan Kecamatan Kartoharjo. Sampel penelitian ini sebanyak 347 responden. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan SPSS dan menggunakan bantuan software SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini adalah Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, atau dapat dikatakan bahwa *brand ambassador*, *brand image*, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga, Mie Lemonilo.

ABSTRACT

Anissa Novanita Yunianto. 2024. The Influence of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price towards the Decision to Purchase Lemonilo Noodles on Madiun People. Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, PGRI Madiun University. Supervisor (I) Dr. Hari Purwanto, S.E., M. M. Supervisor (II) Indra Ayu Fatmala, S.E., M. M.

The study aimed to determine the effect of brand ambassador, brand image, product quality, and price towards purchasing decisions. This research was conducted in 3 sub-districts in Madiun City, namely Mangu Harjo District, Taman District, and Kartoharjo District. The sample of this study was 347 respondents taken by sampling area. This research method used a quantitative approach using the help of SPSS analysis tools version 26.

The results show: the brand ambassador has a positive and significant effect towards purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect towards purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect towards purchasing decisions, prices has a positive and significant effect towards purchasing decisions, or brand ambassador, brand image, product quality, and price simultaneously affect purchasing decisions.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Image, Lemonilo Noodles.*