

ABSTRACT

This research aims to examine and analyze the effect of brand ambassador, advertisement, and brand imageon purchase decisionsof Tokopedia.com. The method used in this research is descriptive method. The object of this researchis 150 students of Mercu Buana University Meruya.The approach used in this research is Structural Equation Model (SEM) analysis tool Smart-PLS.The results showed brand ambassadorthat has positive and significant effect on purchasing decision. Advertisement that haspositive and significant effect on purchasing decision. Brand imagethat has positive and significant effect on purchasing decision.

Keywords: *Brand ambassador, Advertisment, Brand image,Purchase decisions.*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh duta merek, iklan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian situs *Online* Tokopedia.com. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana cabang Meruya jurusan Manajemen sebanyak 150 responden. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Hasil penelitian menunjukkan duta merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Duta merek, Iklan, Citra merek, keputusan pembelian.

