

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis apakah adanya pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian GrabFood mahasiswa UNPRI. Faktor yang membelakangi keputusan pembelian adalah konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu perilaku konsumen memutuskan untuk membeli atau tidaknya produk tersebut. Konsumen akan membutuhkan waktu untuk memutuskan membeli sebuah produk yang akan dibeli. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dimana sampel yang digunakan 109 mahasiswa. Simple random sampling adalah teknik yang akan digunakan untuk pengambilan sampel. Regresi linier berganda, asumsi klasik serta uji hipotesis yang digunakan untuk menganalisis data. Secara hipotesis, Product Knowledge(X1), Brand Image(X2), dan Brand Ambassador(X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Pengetahuan Produk, Citra Merek, Duta merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to examine and analyze the effect product knowledge, brand image and brand ambassador to UNPRI students. The factor behind to purchasing decisions is the consumers. Purchasing decisions are consumer behavior deciding to buy the product or not. Consumer need time to decide to buy a product to be purchased. This research uses quantitative research, while the sample used 109 student. Simple random sampling is a technique used in sampling. Multiple linear regression, classic assumptions, and hypothesis testing are the techniques used to analyze the data. Hypothetically, Product Knowledge, Brand Image, and Brand Ambassador influence purchasing decisions.

Keywords : Product Knowledge, Brand Image, Brand Ambassador, Buying Decision