

ABSTRAK

Fauziyah Darma Puspita Sari, Pengaruh *Brand Ambassador* Asing dan Merek Berbahasa Asing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2019/2020). Dibawah bimbingan Dr. Ir. Nurita Andriani, MM.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan *brand ambassador* asing dan pengaruh pemberian nama merek berbahasa asing terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening pada mahasiswa Manajemen Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2019/2020. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode kuesioner. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu mahasiswa Manajemen Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2019/2020 yang membeli dan menggunakan Scarlett Whitening. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 97 orang dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Sehingga hasil penelitian membuktikan apabila *brand ambassador* asing berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan juga membuktikan merek berbahasa asing berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand Ambassador* Asing, Merek Berbahasa Asing, Keputusan Pembelian, Scarlett Whitening

ABSTRACT

Fauziyah Darma Puspita Sari, The Effect of Foreign Celebrity Brand Ambassadors and Foreign Language Brands on Purchasing Decisions (Study on Management Students at Trunojoyo University, Madura, 2019). Under the supervision of Dr. Ir. Nurita Andriani, MM.

The purpose of this study is to find out and analyze the effect of the involvement of foreign celebrity brand ambassadors and the effect of giving foreign language brand names on purchasing decisions for Scarlett Whitening products. This study was conducted on Management students year 2019 at Trunojoyo Madura University. This study employed quantitative research. The data were collected through a questionnaire. The population involved in this research is Trunojoyo Madura University Management students year 2019 who buy and consume Scarlett Whitening. The sample used in this study was 97 people using the accidental sampling technique. The data analysis technique was conducted using multiple linear regression analysis. The results of the study prove that foreign celebrity brand ambassadors and foreign language brands affect purchasing decisions.

Keywords: Foreign Celebrity Brand Ambassador, Foreign Language Brands, Purchase Decision, Scarlett Whitening