

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand ambassador*, *brand image*, dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk Heymale.id. Objek penelitian difokuskan pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang dipandang sebagai segmen potensial sesuai dengan target pasar Heymale.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 96 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui bantuan program SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand ambassador*, *brand image*, dan *brand awareness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, ketiga variabel tersebut secara simultan juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Heymale.id. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi pemasaran yang menekankan pada pemanfaatan *brand ambassador*, pembangunan citra merek, serta peningkatan kesadaran merek untuk mendorong keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Image*, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian, Heymale.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand ambassador, brand image, and brand awareness on purchasing decisions for Heymale.id products. The research object is focused on students of Universitas Trunojoyo Madura, who are considered a potential segment in line with Heymale.id's target market. This research employs a quantitative approach with a purposive sampling technique involving 96 respondents. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed with multiple linear regression assisted by SPSS 21.

The results indicate that brand ambassador, brand image, and brand awareness variables partially have a positive and significant effect on purchasing decisions. Furthermore, these three variables simultaneously also have a proven positive and significant influence on purchasing decisions for Heymale.id products. These findings highlight the importance of marketing strategies that emphasize the use of brand ambassadors, brand image development, and brand awareness enhancement to encourage consumer purchasing decisions.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Image, Brand Awareness, Purchasing Decision, Heymale.id*