

## ABSTRAK

Nama : Refi Mariska  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Ambassador*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform *E-Commerce* Produk Kecantikan *Brand Azzarine* Pada Generasi Z (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Bener Meriah)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, *brand ambassador*, dan harga terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* produk kecantikan *brand azzarine* pada generasi Z (studi pada masyarakat Kabupaten Bener Meriah). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat generasi Z di Kabupaten Bener Meriah yang telah melakukan pembelian produk kecantikan *brand azzarine*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling*. data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung dengan menggunakan metode *non probability sampling*, melibatkan 130 orang responden. Untuk analisis data, digunakan analisis regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak *Statistical Package For The Social Sciences* (SPSS) versi 26.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* produk kecantikan *brand azzarine* pada generasi Z di Kabupaten Bener Meriah, *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* produk kecantikan *brand azzarine* pada generasi Z di Kabupaten Bener Meriah, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* produk kecantikan *brand azzarine* pada generasi Z di Kabupaten Bener Meriah.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, *Brand Ambassador*, Harga, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Name : Refi Mariska  
Study Program : Management  
Title : The Influence of Product Quality, Brand Ambassador, and Price on Purchase Decisions on the Azzarine Beauty Product E-Commerce Platform Among Generation Z (A Study in Bener Meriah Regency)*

*This study aims to analyze the influence of product quality, brand ambassador, and price on purchase decisions on the Azzarine beauty product e-commerce platform among Generation Z (a study in Bener Meriah Regency). The population in this study was Generation Z in Bener Meriah Regency who had purchased Azzarine beauty products. The research method used a quantitative approach with a purposive sampling technique. The data collected in this study were primary data obtained through direct questionnaire distribution using a non-probability sampling method, involving 130 respondents. For data analysis, multiple linear regression analysis was used using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 26.0 software. The results of the study indicate that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions on the Azzarine brand beauty product e-commerce platform among Generation Z in Bener Meriah Regency. Brand ambassadors have a positive and significant effect on purchasing decisions on the Azzarine brand beauty product e-commerce platform among Generation Z in Bener Meriah Regency. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions on the Azzarine brand beauty product e-commerce platform among Generation Z in Bener Meriah Regency.*

*Keywords: Product Quality, Brand Ambassador, Price, Purchasing Decision*