

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap keputusan pembelian produk serum *Radiance Up Y.O.U*. Data sampel yang diambil untuk penelitian ini yaitu masyarakat Kebumen yang menggunakan produk serum *Radiance Up Y.O.U* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, dan Promosi berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This research was conducted with the aim of knowing the effect of Brand Ambassador, Product Quality, and Promotion on purchasing decisions for Y.O.U. Radiance Up serum products. The sample data taken for this study were the people of Kebumen who used the Y.O.U radiance up serum product with a total of 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression, t test, F test, and the coefficient of determination. From the research results it can be seen that Brand Ambassador, Product Quality, and Promotion have a simultaneous effect on purchasing decisions. The results of this study indicate that the Brand Ambassador variable has a positive and significant impact on purchasing decisions. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Brand Ambassador, Product Quality, Promotion, and Purchase Decision*