

**PENGARUH *HALLYU WAVE*, *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NATURE REPUBLIC DI
YOGYAKARTA**

Oleh:

Ema Sukma Wardani

16051153

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Hallyu Wave*, *Brand Ambassador*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan pembelian produk Nature Republic di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan kepada konsumen Nature Republic yang berada di wilayah Yogyakarta dengan cara membagikan kuesioner, sehingga total sampel adalah 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* menjadi satu-satunya variabel yang berpengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian produk Nature Republic di Yogyakarta.

Kata Kunci : Hallyu Wave, Brand Ambassador, Brand Image, Keputusan Pembelian

The Influence of Hallyu, Brand Ambassador and Brand Image on the Consumer Purchase Decision on Nature Republic Products in Yogyakarta

ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of Hallyu Wave, Brand Ambassador and Brand Image on the Consumer Purchase Decision on Nature Republic Products in Yogyakarta. The researcher conducted this study to Nature Republic consumers who live in Yogyakarta by distributing questionnaires so that the total sample is 100 respondents. The analysis in this study uses descriptive analysis and multiple linear regression. The results of this study indicate that brand image is the only variable that has a positive and significant influence on consumer purchasing decisions on Nature Republic products in Yogyakarta.

Keywords: Hallyu Wave, Brand Ambassador, Brand Image, Purchase Decision