



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH *RELIGIUSITAS, BRAND AMBASSADOR, DAN HARGA* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH OLEH MAHASISWI UIN SUSKA RIAU

RAHMALIA
11471204738

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Religiusitas, Brand Ambassador, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden yang menggunakan produk kosmetik Wardah. Motode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan analisis linear berganda. Dari hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = -1.130 - 0,050X_1 + 0,426X_2 + 0,730X_3 + e$.

Berdasarkan uji persial bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk wardah, untuk brand ambassador dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Dan berdasarkan uji simultan bahwa religiusitas, brand ambassador, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selanjutnya pengaruh variable independen (religiusitas, brand ambasador, dan harga) terhadap variable independen (keputusan pembelian) adalah sebesar 0,694 atau 69,4%.

Kata Kunci : Religiusitas, Brand Ambassador, Harga Dan Keputusan Pembelian