

ABSTRACT

This study aims to examine a number of variables that influence brand personality, brand trust, and brand ambassadors on the decision to buy Wardah products in Tulangan district. This study has a population living in Tulangan District with an age range of 15-45 years who are currently using Wardah products. The number of samples that are responsive in this study are 112 woman using purposive sampling technique. Analyze research through Multiple Linear Regression. The results show that simultaneous and partial Brand Personality, Brand Trust and Brand Ambassador simultaneously influence the decision to purchase Wardah products in Tulangan District

Keywords: *Brand Personality, Brand Trust, Brand Ambassador, Purchasing Decisions.*

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk menguji sejumlah variabel yang mempengaruhi *brand personality*, *brand trust*, dan *brand ambassador* terhadap keputusan untuk membeli produk Wardah dikecamatan Tulangan. Penelitian ini mempunyai populasi yang tinggal di Kecamatan Tulangan dengan rentang usia 15-45 tahun yang sedang menggunakan produk Wardah. Jumlah sampel resperantif pada kajian ini berjumlah 112 wanita penggunaan metodenya *purpositive sampling*. Menganalisis penelitian melalui Regresi Linear Berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial *Brand Personality*, *Brand Trust* dan *Brand Ambassador* mempengaruhi terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Kecamatan Tulangan

Kata Kunci :*brand personality*, *brand trust*, *brand ambassador*, keputusan pembelian.