

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *country of origin*, kualitas produk dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Y.O.U (studi kasus pada Mahasiswa PVKK Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Populasi yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari Mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang menggunakan dan melakukan pembelian produk kosmetik Y.O.U. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sejumlah 108 responden, Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* informasi yang akan diuji menggunakan hasil dari kuesioner yang telah disebarakan kepada responden menggunakan skala likert. Uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis digunakan sebagai teknik analisis. Hasil analisis yang didapatkan menunjukkan bahwa berdasarkan uji t variabel *country of origin*, kualitas produk dan *brand ambassador* secara persial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa berdasarkan uji F (simultan) variabel *country of origin*, kualitas produk dan *brand ambassador* memiliki pengaruh bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian. **Kata Kunci:** *Country of Origin*, Kualitas Produk, *Brand Ambassador* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of country of origin, product quality and brand ambassadors on purchasing decisions for Y.O.U cosmetic products (a case study on PVKK Students at PGRI Adi Buana University, Surabaya. The population used in this study consisted of Welfare Vocational Education Study Program Students PGRI Adi Buana Surabaya University family who use and purchase Y.O.U cosmetic products. The sample used in this study was 108 respondents. The sampling technique used in this study was non-probability sampling with a purposive sampling method. Information will be tested using the results of a questionnaire that has been distributed to respondents using a Likert scale. Instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing were used as analytical techniques. The results of the analysis showed that based on the t-test variable country of origin, product quality and brand ambassadors had a partial influence significant to the decision. The results of this study also show that based on the F test (simultaneous) the country of origin variable, product quality and brand ambassador have a joint influence on the purchasing decision variable.

Keywords: *Country of Origin, Product Quality, Brand Ambassador and Purchase Decision*