

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *skincare* MS Glow di Bandar Lampung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Variabel independen dalam penulisan ini adalah *brand ambassador* dan *brand image*, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 120 responden dengan menggunakan teknik penentuan sampel, yaitu teknik *non-probability sampling*. Uji instrumen yang digunakan menggunakan uji validitas dan uji realibilitas. Adapun metode analisis yang digunakan yaitu metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS 25. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial *brand ambassador* dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun pada uji f menunjukkan bahwa secara simultan *brand ambassador* dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *brand ambassador*, *brand image* dan keputusan pembelian.