

## **ABSTRACT**

### ***INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR, BRAND REPUTATION, AND WORD OF MOUTH ON THE PURCHASE DECISION***

*(Survey of Bank Indonesia Leading Entrepreneurial MSME Consumers (WUBI)  
Type of Fashion Business in the Work Area of the Tasikmalaya Bank Indonesia  
Representative Office)*

***Compiled by:***

**Doni Junia Perdana  
218334008**

***Guided By:***

***Guide I : Jajang Badruzaman  
Guide II : Apip Supriadi***

*The objectives of this research were to find out and analyse brand ambassadors, brand reputation, word of mouth and purchasing decisions in Bank Indonesia Leading Entrepreneurial MSME (WUBI) Fashion Business Types in Tasikmalaya. As well as the influence of brand ambassadors, brand reputation, and word of mouth on purchasing decisions at Bank Indonesia Leading Entrepreneurial MSMEs (WUBI) Fashion Business Types in Tasikmalaya.*

*The research method used in this study is a survey method, while the types of data used in this study are primary data and secondary data. The object of this research is Bank Indonesia Leading Entrepreneurial MSME consumers (WUBI) Fashion Business Type in Tasikmalaya, with a sampling technique using purposive sampling method. The data analysis technique used is path analysis.*

*The results of this test prove that partially and simultaneously brand ambassadors, brand reputation, and word of mouth have a significant effect on purchasing decisions at Bank Indonesia Leading Entrepreneurial MSMEs (WUBI) Fashion Business Types in Tasikmalaya.*

***Keywords: Brand Ambassador, Brand Reputation, Word Of Mouth, Purchasing Decision.***

## ABSTRAK

**PENGARUH *BRAND AMBASADOR*, REPUTASI MEREK,  
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
(Survey pada Konsumen UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI)  
Jenis Usaha Fashion di Wilayah Kerja Kantor Perwakilan Bank Indonesia  
Tasikmalaya)

**Oleh:**

**Doni Junia Perdana  
218334008**

**Dibawah Bimbingan:**

**Pembimbing I : Jajang Badruzaman  
Pembimbing II: Apip Supriadi**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis *brand ambassador*, reputasi merek, *word of mouth* dan keputusan pembelian pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya. Serta pengaruh *brand ambassador*, reputasi merek, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Objek penelitian ini konsumen UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya, dengan teknik penarikan sampel menggunakan metode sampel *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil pengujian ini membuktikan bahwa secara parsial dan simultan *brand ambassador*, reputasi merek, dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Wirausaha Unggulan Bank Indonesia (WUBI) Jenis Usaha Fashion di Tasikmalaya.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Reputasi Merek, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian.