

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara kualitas produk dan brand ambassador terhadap citra merek serta dampaknya terhadap keputusan pembelian pada distro Relic syndicate. Populasi jumlah transaksi pembelian, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 97 orang responden dengan menggunakan teknik sampling *accidental*. metode yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur (*path*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk dan *brand ambassador* terhadap citra merek serta dampaknya terhadap keputusan pembelian pada distro Relic syndicate baik secara simultan maupun parsial. Simpulan dari penelitian ini adalah semakin tinggi kualitas produk dan *brand ambassador* maka citra merek dan keputusan pembelian akan meningkat. Selain itu pengaruh langsung antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 24,4% lebih besar dari pengaruh tidak langsung sebesar 5,1%. Kemudian variabel *brand ambassador* berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian sebesar 10,9% lebih besar daripada pengaruh secara tidak langsung yaitu sebesar 4,5%. Dapat disimpulkan bahwa citra merek memiliki peran yang kecil sebagai variabel *intervening*.

Kata Kunci : Kata Kunci: Kualitas Produk, Brand Ambassador, Citra merek, dan Keputusan Pembelian

