

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya *brand image*, *brand ambassador*, loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan pada sulam benang emas ekky kreasi di solok selatan. Populasi pada penelitian ini adalah 1000 konsumen yang pernah membeli sulam benang emas ekky kreasi di solok selatan. Pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling dengan insidental (kebetulan), jadi jumlah sampel 100 konsumen yang pernah membeli sulam benang emas ekky kreasi di solok selatan. Metode analisis induktif pada penelitian ini menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program *Smart partial least square* (*Smart PLS*). Hasil dari penelitian ini adalah *brand image* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan, *brand ambassador* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Tetapi loyalitas pelanggan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Lalu *Brand image* dan *brand ambassador* memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan. Sedangkan loyalitas pelanggan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan, Dan Kepuasan pelanggan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Akhir dari penelitian ini peneliti menyarankan agar ekky kreasi membuat kreasi pada pola sulam benang emas yang lebih menarik dengan bahan yang berkualitas agar sulam benang emas dengan merek ekky kreasi lebih terkenal dengan desain dan bahan yang berkualitas.

Kata Kunci: sulam benang emas ekky kreasi, sem, *smart pls*, *brand image*, *brand ambassador*, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine whether or not there is a brand image, brand ambassador, customer loyalty to purchasing decisions through customer satisfaction on ekky gold thread embroidery creations in south solok. The population in this study was 1000 consumers who had bought ekky gold thread embroidery creations in south solok. Sampling used a random sampling technique with incidental (coincidence), so the total sample was 100 consumers who had bought ekky gold thread embroidery creations in south solok. The inductive analysis method in this study uses a Structural Equation Modeling (SEM) analysis tool using the Smart partial least square (Smart PLS) program. The results of this study are brand image does not have a significant influence on purchasing decisions and customer satisfaction, brand ambassadors do not have a significant influence on purchasing decisions and customer satisfaction. But customer loyalty has a positive and significant influence on purchasing decisions and customer satisfaction. Then Brand image and brand ambassador have a positive but not significant influence on purchasing decisions through customer satisfaction. While customer loyalty has a positive and significant influence on purchasing decisions through customer satisfaction, and customer satisfaction has a positive and significant influence on purchasing decisions. At the end of this research, the researcher suggested that ekky kreasi make creations on gold thread embroidery patterns that are more attractive with quality materials so that gold thread embroidery with the ekky creation brand is more famous with quality designs and materials.

Keywords: ekky creation gold thread embroidery, sem, smart pls, brand image, brand ambassador, customer loyalty, customer satisfaction, purchasing decisions