

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh citra merek, harga, dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk *fast fashion* erigo (studi kasus pada mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya). Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampling yaitu *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui google form. Sampel pada penelitian ini memperoleh 181 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Program for Social Science*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, harga, dan *brand ambassador* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, Brand Ambassador, Keputusan Pembelian