

ABSTRAK

“Pengaruh *Brand Ambassador*, *Media Sosial* Serta *Product Quality* Terhadap *Buying Decision* Produk Pasta Gigi Click”

Ardwinta Zahra.¹⁾, Teguh Prasetio, S.E.,M.Si.²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Di era saat ini berbagai macam jenis barang dan merek asing memadati pasar Indonesia. Pada saat yang bersamaan lingkungan pasar tersebut menjadi penuh persaingan. Persaingan tersebut terjadi ketika organisasi maupun industri menghasilkan barang yang sama ataupun sejenis. Negara berkembang seperti Indonesia menjadi target yang tepat dan potensial untuk pemasaran produk lokal maupun internasional. Budaya Korea Selatan juga sedang menguasai pasar Internasional dan menjadi pusat perhatian seluruh dunia. Indonesia termasuk negara yang telah dimasuki budaya Korea Selatan yang sedang menjadi Trend dalam bidang fashion, entertainment serta kebutuhan sehari-hari. Maka dari itu, sebuah perusahaan atau organisasi memiliki alasan untuk mempromosikan serta melakukan ekspansi pasar produk menggunakan strategi pemasaran yang terkait dengan budaya Korea Selatan. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji seberapa besar pengaruh *Brand Ambassador*, *Media Sosial* dan *Product Quality* terhadap *Purchase Decision* untuk produk pasta gigi korea Click. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik analisis menggunakan Regresi Linier Berganda. Dalam proses penelitian, metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang akan digunakan dengan objek penelitian masyarakat yang mengetahui produk pasta gigi Click, mengetahui *Brand Ambassador* NCT 127 dan masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah JABODETABEK. Dalam penelitian ini, populasi tidak diketahui jumlah pastinya dan peneliti menggunakan purposive sampling sebagai metode pengambilan sampel dengan jumlah sampel sebesar 180 sampel dan data dikumpulkan melalui kuesioner.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, *Media Sosial*, *Product Quality*, *Purchase Decision*