

ABSTRAK

Mas Rachman Ramadhana Ranadipura (2019021107)

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI *CLICK NATURAL WHITENING TOOTHPASTE* MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Berada pada era pasar bebas seperti saat ini kerap ditemui produk-produk dari luar negeri memenuhi berbagai komoditas pasar di Indonesia. Persaingan terbentuk semakin ketat berkat beragamnya komoditas yang ada di Indonesia. Besarnya jumlah penduduk di Indonesia dengan berbagai permintaan membuat Indonesia menjadi salah satu target penjualan dengan potensi yang tinggi bagi produsen. Diikuti dengan berkembangnya budaya Korea Selatan yang sudah melekat dan menjadi gaya hidup baru dalam berbagai bidang seperti, produk kecantikan, kuliner serta gaya berpakaian. Mengacu pada hal tersebut, banyak perusahaan asal Korea Selatan melakukan ekspansi pasar produk ke Indonesia. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Pasta gigi *Click Natural Whitening Toothpaste* melalui Citra Merek sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian yang diusung adalah kuantitatif dengan objek penelitian masyarakat yang berdomisili di JABODETABEK serta pernah membeli produk pasta gigi *Click*. Penelitian ini menggunakan 110 responden dengan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan skala likert yang telah diolah menggunakan SMARTPLS4.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Citra Merek, Keputusan Pembelian