

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR NCT DREAM,
PRODUCT QUALITY, AND PRICE ON
PURCHASE DECISIONS FOR TOSTOS SNACKS***

By Jihan Muthiah

ABSTRACT

Snack tostos is one of the new snacks on the market. With so many other snacks that already exist among consumers, it causes competition between similar brands so that companies can further improve product promotion strategies. This study aims to determine the effect of brand ambassadors, product quality, and price on purchasing decisions for tostos snacks. this research uses quantitative methods using SmartPLS. The sample of this study were followers of the @nctzenbase twitter base account who had bought tostos snacks. this study used 100 samples using non-probability sampling techniques with purposive sampling method. Data analysis techniques include Validity Test and Reliability Test, R-Square Test, Q-Square Test, and T-Statistic Test. The results showed that: (1) brand ambassador variables have a significant effect on purchasing decisions (2) product quality variables have a significant effect on purchasing decisions (3) price variables have a significant effect on purchasing decisions. Brand ambassadors, product quality, and price influence purchasing decisions with a value of 65.5%, while the remaining 34.5% can be concluded that it is influenced by other variables that are not in this study.

Keywords: Purchase decision, Brand ambassador, Product quality, Price

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* NCT DREAM,
KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SNACK TOSTOS***

Oleh Jihan Muthiah

ABSTRAK

Snack tostos merupakan salah satu *snack* baru yang beredar dipasaran. Dengan banyaknya *snack* lain yang sudah terlebih dahulu eksis di kalangan konsumen menyebabkan adanya persaingan antar merek yang sejenis sehingga perusahaan dapat lebih meningkatkan strategi promosi produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador*, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian *snack tostos*. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan SmartPLS. Sampel dari penelitian ini adalah *followers* akun *base twitter @nctzenbase* yang pernah membeli *snack tostos*. penelitian ini menggunakan 100 sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data meliputi Uji Validitas dan Uji Reabilitas, uji *R-Square*, Uji *Q-Square*, dan Uji *T-Statistic*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) variabel *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (2) variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (3) variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand ambassador*, Kualitas produk, dan Harga mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai sebesar 65,5%, sedangkan sisanya sebesar 34,5% dapat disimpulkan bahwa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini

Kata kunci: Keputusan pembelian, *Brand ambassador*, Kualitas produk, Harga