

# PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP MINAT BELI

(Survey Iklan Mie Sedaap Goreng Versi *Korean Spicy Chicken* Di  
*Youtube*)

## ABSTRAK

**Abstract:** *Brand Ambassador is one of the current ways to attract the attention of consumers. This study aims to determine whether there is a Brand Ambassador influence on Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken ads on buying interest in the Mangga Dua KPOP Community. The method used in this study is a survey method with a quantitative approach. this research involves independent and dependent variables. The independent variable in this study is Brand Ambassador Choi Siwon in Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken Ads and the dependent variable is buying interest. The data analysis technique used is the linear regression test, the coefficient of determination test, the correlation test, and the T test. This study was conducted by distributing questionnaires to 146 respondents. The sampling technique used is non probability sampling technique with purposive sampling and data analysis processed using SPSS software version 25 for windows. The results of this study stated that there was an influence of Choi Siwon's brand ambassador on buying interest with a quite significant category.*

*keywords: brand ambassador, buying interest, KPOP, Mie Sedaap*

**Abstrak:** *Brand Ambassador merupakan salah satu cara saat ini untuk menarik perhatian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh Brand Ambassador pada iklan Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken terhadap minat beli pada Komunitas KPOP Mangga Dua. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini melibatkan variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Brand Ambassador Choi Siwon pada iklan Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken dan variabel dependen adalah minat beli. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi linear, uji koefisien determinasi, uji korelasi, dan uji T. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada 146 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik non probability sampling dengan purposive sampling dan analisis data diolah dengan menggunakan software SPSS versi 25 for windows. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh brand ambassador Choi Siwon terhadap minat beli dengan kategori cukup berarti.*

*kata kunci: brand ambassador, KPOP, minat beli, Mie Sedaap*