

## ABSTRAK

Dengan banyaknya peluang bisnis yang ada pada saat ini maka tingkat persaingan antar industri semakin ketat dalam memasarkan produknya. Salah satunya yaitu mie instan, untuk dapat meningkatkan penjualan perusahaan harus dapat lebih menarik hati konsumen untuk melakukan minat pembelian pada produknya, ada berbagai cara yang dapat dilakukan untuk menarik perhatian dari para konsumen.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan minat pembelian adalah *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk. Perusahaan yang memiliki *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk yang baik maka akan meningkatkan Minat Beli konsumen di suatu perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada produk Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan metode analisis deskriptif. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert dengan menggunakan teknik pengujian data Uji validitas dan reliabilitas dengan sampel 30 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Kesimpulan penelitian ini adalah *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli pada Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken* dengan persentase sebesar 68,5% dan sisanya 31,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut dapat diartikan dengan semakin baik *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk yang dimiliki maka akan semakin baik juga Minat Beli pada Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, Minat Beli