

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Lemonilo yang bergerak dalam bidang mie instan yang berbasis sehat yang akan merubah gaya hidup masyarakat dengan mengutamakan mengkonsumsi makanan bergizi yang akan meningkatkan imunitas tubuh.

Lemonilo menggunakan brand ambassador untuk memperkenalkan produknya. Pemilihan brand ambassador dilatar belakangi oleh citra positif yang dibawa oleh selebriti tersebut. Brand ambassador dipilih oleh perusahawakili produk mie instan Lemonilo, sehingga pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh konsumen yang akhirnya akan menimbulkan minat beli. Penelitian ini memakai metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan yaitu deskriptif dan linear sederhaa. Populasi dari penelitian ini yaitu masyarakat kota bandung yang berjumlah 100 responden dan menjadiresponden dalam penelitian ini.

Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner yang di sebarakan kepada masyarakat bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel brand ambassador NCT Dream terhadap minat beli mie instan Lemonilo masuk kedalam kategori baik. Berdasarkan perolehan analisis regresi linear sederhana membuktikan bahwasanya brand ambassador berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: *Brand Ambassador, Minat Beli*