

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari penggunaan brand ambassador pada produk Somethinc. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Electronic Word Of Mouth* sehingga dapat memunculkan minat beli konsumen produk Somethinc. Yang nantinya dapat diketahui apakah ketiga variable tersebut berdampak pada apakah penggunaan brand ambassador NCT DREAM dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Somethinc.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan skala likert sebagai pengukurannya. Dengan pengambilan sampelnya dilakukan dengan metode non – probability sampling dengan jumlah sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif dan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden yang didapat melalui kuesioner terhadap variabel *brand ambassador*, *electronic word of mouth* dan minat beli memiliki persentase yang masuk dalam kategori sangat baik.

Berdasarkan hasil penelitian ini, hasil pengujian hipotesis secara simultan, hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan uji f, diperoleh hasil fhitung sebesar 53.781 dengan signifikansi (*pvalue*) sebesar 0.000. Selanjutnya dibandingkan dengan nilai ftabel dan probabilitas 5%, dikarenakan hasil fhitung > ftabel ( $53.781 > 3.089$ ) dan signifikansi (*pvalue*)  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa *brand ambassador* dan *electronic word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Somethinc.

**Kata kunci:** *Brand Ambassador*, *Electronic Word of Mouth*, Minat Beli