

## ABSTRAK

Somethinc merupakan salah satu brand yang bergerak dalam bidang kecantikan di Indonesia. Dalam persaingan di bidangnya saat ini, perusahaan tentunya diuntut untuk dapat menghasilkan citra yang baik agar mendapatkan hubungan dan kepercayaan yang kuat dengan konsumen dan memperoleh nilai positif di kalangan konsumen. Mengingat hal itu, akhirnya somethinc memutuskan untuk mengikuti fenomena Korean Wave dengan berkolaborasi dengan menjadikan salah satu boyband asal Korea Selatan yaitu NCT Dream sebagai brand ambassadornya. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai keterhubungan atau pengaruh saat terjalin kolaborasi antara NCT Dream dengan Somethinc.

Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif menggunakan teknik non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Data responden diambil melalui penyebaran kuesioner online dengan menggunakan Google form yang di sebarakan kepada 100 orang responden.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan, variabel brand ambassador dan kualitas produk terdapat pengaruh terhadap minat beli produk Somethinc. Hal ini dibuktikan dari Fhitung sebesar 45,017 lebih besar daripada Ftabel sebesar 3,09 dengan tingkat signifikansinya 0,000. Berdasarkan hasil hipotesis secara parsial (Uji T) didapat bahwa *Brand Ambassador* (X1) dan Kualitas Produk (X2) memberikan kontribusi terhadap Minat Beli (Y) sebesar 47,1% dan sisanya sebesar 52,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian.

Kesimpulan dari penelitian ini, pengaruh *brand ambassador* dan kualitas produk terhadap minat beli. Namun ada beberapa item yang perlu diperbaiki seperti perusahaan harus memberikan lebih jelas lagi informasi terkait produk Somethinc serta memaksimalkan dalam mendesain dan memberikan packing ke konsumen.

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