

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh NCT DREAM sebagai *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian Somethinc di kalangan penggemar. Latar belakang penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan pesat industri kosmetik lokal di Indonesia yang sejalan dengan masifnya gelombang K-Wave, khususnya K-Pop. Somethinc, sebagai merek kecantikan lokal, menunjuk NCT DREAM sebagai brand ambassador pada Januari 2022. Kolaborasi ini menimbulkan antusiasme tinggi di kalangan penggemar, bahkan menyebabkan website Somethinc dan BeautyHaul sempat mengalami gangguan, serta pra-survei menunjukkan 60% responden membeli produk karena NCT DREAM.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan kausal. Populasi penelitian adalah penggemar NCT DREAM di Indonesia, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih melalui teknik accidental sampling dan penyebaran kuesioner daring di Twitter. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana, uji-t, dan koefisien determinasi, setelah melalui uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas menunjukkan semua item pernyataan valid, dan uji reliabilitas menunjukkan variabel Brand Ambassador dan Keputusan Pembelian reliabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa NCT DREAM sebagai *brand ambassador* Somethinc memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Somethinc di kalangan penggemar. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 21.7% mengindikasikan bahwa brand ambassador memberikan kontribusi sebesar 21.7% terhadap keputusan pembelian, sedangkan 78.3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Ini menunjukkan bahwa meskipun pengaruh *brand ambassador* signifikan, keputusan pembelian merupakan proses kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Saran akademis merekomendasikan penelitian lanjutan pada dimensi spesifik *brand ambassador* atau faktor lain, serta perluasan populasi. Saran praktis bagi Somethinc adalah mengevaluasi strategi *brand ambassador* secara komprehensif dan mendiversifikasi strategi pemasaran.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Keputusan Pembelian, Somethinc, NCT DREAM, K-Pop.