

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan: untuk mengetahui persentase NCT Dream sebagai sebuah merek duta besar apakah bisa mempengaruhi hubungan citra merek dan Perceived Quality terhadap keputusan pembelian brand Somethinc. Penelitian dilakukan pada konsumen Somethinc yang mengetahui apabila NCT Dream adalah brand ambassador Somethinc.

Dengan menyebarkan kuesioner kepada 140 responden sebagai sampel, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah multiple regression analysis dengan uji F dan uji T.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa masing-masing variabel yaitu variabel Citra merek dan Perceived Quality secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Variable Korean Brand Ambassador sebagai variable moderating berhasil memperkuat hubungan antara Brand image kepada Consumer purchase Decision dan Perceived Quality terhadap Consumer Purchase Decision.

Kata kunci: Brand Image, Perceived Quality, Korean Brand Ambassador, Customer Purchase Decision