

ABSTRACT

A healthy lifestyle has become an important aspect that needs to be considered in daily life. However, instant noodles in Indonesia still hold a significant market share in Indonesia and bring substantial profits to the country. Lemonilo, as one of Indonesia's instant noodle brands, must compete with other instant noodle brands to maintain its product. Lemonilo has developed an innovation by creating healthy instant noodles without harmful substances. Additionally, Lemonilo has partnered with NCT Dream as its brand ambassador. This study explores the influence of NCT Dream as a brand ambassador for Lemonilo on consumer behavior.

The research method used in this study is quantitative. Data was collected through a survey using a questionnaire distributed to respondents. The questionnaire's questions cover aspects of brand ambassadors and consumer behavior. The results of this study indicate that NCT Dream, as the brand ambassador of Lemonilo, has a significant influence on consumer behavior.

Keywords: healthy lifestyle, NCT Dream, Lemonilo, brand ambassador, consumer behavior, quantitative method.

ABSTRAK

Gaya hidup sehat menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam kehidupan sehari-hari. Namun, di Indonesia, mie instan tetap memiliki pangsa pasar yang signifikan dan memberikan keuntungan yang besar bagi negara ini. Lemonilo, sebagai salah satu merek mie instan di Indonesia, harus bersaing dengan merek-merek mie instan lainnya untuk mempertahankan produknya. Lemonilo telah mengembangkan inovasi dengan menciptakan mie instan yang sehat tanpa zat berbahaya. Selain itu, Lemonilo juga menjalin kerjasama dengan NCT Dream sebagai brand ambassador. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh NCT Dream sebagai brand ambassador Lemonilo terhadap perilaku konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada responden. Pertanyaan dalam kuesioner mencakup aspek-aspek dari brand ambassador dan perilaku konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa NCT Dream sebagai brand ambassador dari Lemonilo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen.

Kata kunci: Gaya hidup sehat, NCT Dream, Lemonilo, brand ambassador, perilaku konsumen, metode kuantitatif