

Pengaruh *Brand ambassador* Terhadap Minat Beli Produk *Click*

Natural Toothpaste* pada *Followers* Akun *Twitter @nctzenbase

ABSTRAK

Hallyu, adalah fenomena budaya Korea Selatan yang telah meluas ke seluruh dunia. Salah satu aspek dari *Korean Wave* yang paling menonjol adalah K-pop, yang telah menjadi fenomena global dan berdampak pada berbagai aspek kehidupan, termasuk pemasaran. K-pop idol yang populer sering kali dijadikan sebagai *brand ambassador* untuk membantu merek menjangkau pasar yang lebih luas. Studi ini membahas pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli produk *Click Natural Toothpaste* pada followers akun *Twitter @nctzenbase*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan mengetahui apakah *brand ambassador* memiliki pengaruh terhadap minat beli produk *Click Natural Toothpaste* di kalangan followers akun *Twitter @nctzenbase*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, yang dipilih menggunakan teknik random sampling. Responden adalah followers akun *Twitter @nctzenbase*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Untuk menganalisis data, digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear sederhana, serta uji t dan uji r. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *Click Natural Toothpaste* pada followers akun *Twitter @nctzenbase*, dengan pengaruh sebesar 68%.

Kata Kunci : K-pop, *brand ambassador*, Minat Beli, *Click Natural Toothpaste*

***The Influence of Brand Ambassador on Purchase Interest of Click
Natural Toothpaste Products among Followers of the Twitter
Account @nctzenbase***

ABSTRACT

Hallyu, is a South Korean cultural phenomenon that has spread worldwide. One of the most prominent aspects of the Korean Wave is K-pop, which has become a global phenomenon and impacts various aspects of life, including marketing. Popular K-pop idols are often used as brand ambassadors to help brands reach a wider market. This study examines the influence of brand ambassadors on the purchase intention of Click Natural Toothpaste among followers of the Twitter account @nctzenbase. This research uses a quantitative approach aimed at determining whether brand ambassadors have an influence on the purchase intention of Click Natural Toothpaste among followers of the Twitter account @nctzenbase. The method used is descriptive quantitative with a sample size of 100 respondents, selected using a random sampling technique. The respondents are followers of the Twitter account @nctzenbase. Data were collected through the distribution of questionnaires. To analyze the data, validity tests, reliability tests, simple linear regression tests, as well as t-tests and r-tests were used. The results show that brand ambassadors have a positive and significant influence on the purchase intention of Click Natural Toothpaste among followers of the Twitter account @nctzenbase, with an influence of 68%.

Keywords: K-pop, brand ambassador, Purchase Intention, Click Natural Toothpaste.