

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Brand Ambassador*, Promosi dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Serum Somethinc* (Studi Kasus Pada *Fans NCTZEN FAMILY*). Dan untuk mengukur sejauh mana *Somethinc* memanfaatkan *NCT DREAM* sebagai *brand ambassador* untuk mempromosikan produk *skincare Somethinc* serta menarik minat konsumen terutama dikalangan *fans NCTZEN FAMILY* yang memiliki basis penggemar yang kuat dan royal. Populasi yang digunakan adalah *fans NCT DREAM* pada komunitas *NCT DREAM* yang menggunakan *Serum Somethinc*. Penelitian ini menggunakan sebanyak 162 responden, dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, dengan teknik pengambilan sampel (*purposive sampling*) pertimbangan tertentu. Penelitian dilakukan menggunakan IBM SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Ambassador*, Promosi dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *serum Somethinc* pada *Fans NCT DREAM*. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *Brand Ambassador*, Promosi dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Serum Somethinc* (Studi Kasus Pada *Fans NCT DREAM*).

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Promosi, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine whether Brand Ambassadors, Promotions, and Price influence the decision to purchase Somethinc Serum (A Case Study of NCTZEN FAMILY Fans). And to gauge the extent to which Somethinc is leveraging NCT DREAM as brand ambassador to promote Somethinc skincare products and attract consumers, particularly among NCT DREAM fans who have a strong fan base and royal. The population consisted of NCT DREAM fans within the NCTZEN FAMILY community who use Somethinc products. This study involved 162 respondents and employed a quantitative approach with an associative research design, using purposive sampling based on specific criteria. The research was conducted using IBM SPSS version 26. The results indicate that Brand Ambassadors, Promotions, and Price significantly influence the decision to purchase Somethinc serum among NCT DREAM fans. The F-test results show that the variables of Brand Ambassadors, Promotions, and Price simultaneously have a significant effect on the decision to purchase Somethinc serum (Case Study of NCTZEN FAMILY Fans).

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Promotions, Prices and Purchasing Decisions*

