

ABSTRAK

REYGI AGITIA SETIAWAN 1204120029. PENGARUH ARIEL NOAH SEBAGAI BRAND AMBASSADOR GREENLIGHT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KOTA BANDUNG

Dalam penelitian ini mengangkat fenomena mengenai seberapa berpengaruh brand ambassador greenlight terhadap keputusan pembelian konsumen di Bandung. Dimana perusahaan tersebut dalam membentuk citra merek produknya (brand image building), merekrut seorang musisi yaitu Nazril Irham yang biasa kita kenal dengan Ariel Noah sebagai brand ambassador produk Greenlight. Hingga kini usaha tersebut cukup berhasil mempengaruhi citra juga mempengaruhi keputusan pembelian produk Greenlight di kalangan masyarakat Indonesia terutama di Bandung sebagai tempat penelitian. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode explanatory survey yang digunakan dalam penelitian kuantitatif, untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana dan analisis korelasi dengan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian, hasil dari seberapa besar hubungan antara variable brand ambassador terhadap keputusan pembelian dapat dilihat bahwa hubungan antara variabel *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Produk Greenlight sebesar 75,5%. Sedangkan sisanya sebesar 24,5% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Yang berarti Ariel sebagai Brand ambassador adalah pengaruh besar suksesnya Greenlight dalam melakukan pemasaran dengan kredibilitas, kecocokan, daya tarik yang dimiliki oleh Ariel brand ambassador produk Greenlight.