

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi S-1 Manajemen

2024

Suni Suhartini

1202017348

Pengaruh *Brand Ambassador*, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Nu Green Tea Original di DKI Jakarta serta Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam

138 Halaman + cxxxviii halaman + 27 Tabel + 6 Gambar dan 4 Lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh brand ambassador, harga, dan kualitas produk terhadap minat pembelian Nu Green Tea. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang berdomosili di DKI Jakarta dan belum pernah membeli produk Nu Green Tea yang berjumlah 150 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (2) harga berpengaruh terhadap minat beli, (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (4) brand ambassador, harga, dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Nu Green Tea telah menerapkan prinsip pemasaran yang efektif melalui penggunaan *brand ambassador* yang tepat, penentuan harga yang kompetitif, dan kualitas produk yang tinggi, yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Harga, Kualitas Produk, dan Minat Beli