

Abstrak

Minat masyarakat terhadap produk mi sehat semakin meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *health belief* dan *attractiveness* terhadap keputusan pembelian mi sehat merek X. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas. Populasi penelitian adalah individu yang mengenal atau mengikuti aktivitas NCT Dream serta pernah membeli mi sehat merek X setidaknya satu kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 138 responden. Instrumen penelitian menggunakan skala *Health Belief Model* (HBM), *Source Attractiveness Model*, dan *Purchase Decision-Making Inventory* (PDMI). Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *health belief* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ($p = 0,129$), sedangkan *attractiveness* berpengaruh signifikan ($p < 0,001$). Secara simultan, *health belief* dan *attractiveness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai R^2 sebesar 0,290.

Kata Kunci : *Health Belief*, *attractiveness*, keputusan pembelian.