

ABSTRAK

Faradita Permata Segara (1209240083): “PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *CONTENT MARKETING* DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN PADA GENERASI Z DI KECAMATAN CIBIRU KOTA BANDUNG.”

Generasi Z adalah generasi yang tumbuh dan perkembangannya bersamaan dengan dunia digital. Generasi Z juga generasi yang berusaha menjaga pola makan mereka dari generasi-generasi lainnya. Dan mie instan lemonilo adalah solusi makanan instan untuk mereka. Selain menghasilkan produk yang dibutuhkan, juga diperlukan strategi dalam perusahaan yaitu penetapan *brand ambassador*, muatan promosi dan cita rasa sebagai faktor yang berperan penting terjadinya keputusan pembelian pada Generasi Z di Kecamatan Cibiru yang di mana dapat dijadikan pemahaman terbaru bagi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh *Brand Ambassador*, *Content Marketing* dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan pada Generasi Z yang tersebar di Kecamatan Cibiru Kota Bandung yang telah atau pernah mengonsumsi produk Mie Instan Lemonilo (Mie Saripati Sayuran) dengan *Brand Ambassador*, *Content Marketing*, Cita Rasa sebagai variabel (X) dan Keputusan Pembelian sebagai variabel (Y).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Data yang digunakan ialah data primer dan sekunder. Untuk populasi terdapat 25.325 jiwa dengan penentuan sampel rumus Cochran yaitu 100 responden. Teknik pengambilan data pada penelitian ini ialah kuesioner dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan t_{hitung} 5,489 dan sig a 0,001. *Content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan t_{hitung} 5,111 dan sig a 0,001. Dan cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan t_{hitung} 11,361 dan sig a 0,001.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Content Marketing*, Cita Rasa, Keputusan Pembelian