

## ABSTRAK

**Nadiyya Maghfiroh Butar Butar, NIM 7191210003, “Pengaruh Harga dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli Mi Lemonilo (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Medan Helvetia)”. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 2023.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli Mi Lemonilo (Studi Kasus pada masyarakat Kecamatan Medan Helvetia). Untuk mengetahui dan menganalisis *brand ambassador* terhadap minat beli Mi Lemonilo (Studi Kasus pada masyarakat Kecamatan Medan Helvetia). Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan *brand ambassador* terhadap minat beli Mi Lemonilo (Studi Kasus pada masyarakat Kecamatan Medan Helvetia).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dan populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Medan Helvetia 166.332 orang dengan jumlah sampel yang dijadikan responden sebanyak 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji hipotesis melalui uji T dan uji F, dan uji koefisien determinasi. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Mi Lemonilo Studi Kasus pada masyarakat Kecamatan Medan Helvetia. Sedangkan variabel *brand ambassador* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli Mi Lemonilo Studi Kasus pada masyarakat Kecamatan Medan Helvetia. Berdasarkan pengujian secara serentak bahwa variabel harga dan *brand ambassador* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Mi Lemonilo Studi Kasus pada masyarakat Kecamatan Medan Helvetia. Berdasarkan hasil koefisien determinasi adjusted R squared berarti variabel Harga dan *Brand Ambassador* mampu memberikan kontribusi terhadap Minat Beli dan sementara sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di uji dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Harga, Brand Ambassador, Minat Beli**

## ABSTRACT

*Nadiyya Maghfiroh Butar Butar, NIM 7191210003, "The Influence of Price and Brand Ambassador on Buying Interests for Lemonilo Noodles (Case Study in the Community of Medan Helvetia District)". Thesis Department of Management, Faculty of Economics, State University of Medan 2023.*

*This study aims to determine and analyze the effect of price on buying interest in Lemonilo Noodles (Case Study in the people of Medan Helvetia District). To find out and analyze brand ambassadors on buying interest in Mi Lemonilo (Case Study in the people of Medan Helvetia District). To find out and analyze the effect of price and brand ambassadors on buying interest of Mi Lemonilo (Case Study in the people of Medan Helvetia District).*

*The sampling technique used was purposive sampling and the population in this study was the entire community of Medan Helvetia District, 166,332 people, with a total sample of 100 respondents. The data analysis method used is validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, hypothesis testing through T test and F test, and coefficient of determination test. Data processing in this study uses SPSS 26.*

*Based on the results of the study, it was found that the price variable partially had a positive and significant effect on buying interest in Mi Lemonilo Case Study in the people of Medan Helvetia District. While the brand ambassador variable partially has no significant effect on buying interest in Mi Lemonilo Case Study in the people of Medan Helvetia District. Based on simultaneous testing that the price variable and brand ambassador simultaneously have a positive and significant effect on buying interest in Mi Lemonilo Case Study in the people of Medan Helvetia District. Based on the results of the adjusted R squared coefficient of determination, it means that the Price and Brand Ambassador variables are able to contribute to Purchase Interest and while the rest is influenced by other variables not tested in this study.*

***Keywords: Price, Brand Ambassador, Purchase Intention***