

ABSTRAK

Dalam persaingan industri pangan di Indonesia saat ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan baru dimana suatu segmen pasar yang dimiliki oleh perusahaan dapat menyebar luas, keadaan ini mengakibatkan persaingan bisnis yang semakin kuat. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara Advertising, Brand Ambassador, dan Healthy Lifestyle terhadap Purchase Decision. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui atau membeli mie Lemonilo (populasi pada penelitian adalah masyarakat di Surabaya, Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan software SmartPLS. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan Structural Equation tau pernaodel (SEM) berbasis Partial Squared (PLS). Total responden pada penelitian ini 225 responden, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Advertising, Brand Ambassador, dan Healthy Lifestyle terhadap Purchase Decision memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci: Iklan, Duta Merek, Gaya Hidup Sehat, Keputusan Pembelian.