

ABSTRAK

Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Choi Siwon sebagai *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Image* Produk Mie Sedaap Korean Spicy Chicken pada Komunitas Hansamo Bandung. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu *Brand Ambassador* dengan sub variabel *Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, dan *Power*. Dengan variabel dependen yaitu *Brand Image* dengan sub variabel *Strength of Brand Association*, *Favorable of Brand Association*, dan *Uniqueness of Brand Association*. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif, uji normalitas, analisis korelasi, uji regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Untuk penentuan sampel, peneliti menggunakan teknik *probability sampling* jenis *simple random sampling* dengan responden 100 orang. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji t mendapatkan hasil bahwa Choi Siwon sebagai *brand ambassador* memiliki pengaruh sebesar 29.05% terhadap *brand image* produk Mie Sedaap Korean Spicy Chicken sedangkan 70.05% dipengaruhi oleh factor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, *Brand Image*