

ABSTRAK

Banyak cara untuk meningkatkan *brand image* salah satunya adalah menggunakan *brand ambassador*. Dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai Pengaruh *Brand Ambassador* NCT 127 Terhadap *Brand Image* produk Nu Green Tea. Sesuai dengan judul yang telah dipaparkan oleh peneliti, peneliti tentunya menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif yang melibatkan responden dalam pengisian kusionernya. Kentuan responden dari penelitian ini merupakan orang berumur 16-25 tahun yang mengetahui produk dan iklan Nu Green Tea x NCT 127 #FixEnak. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* sehingga memunculkan sampel sebesar 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat pengaruh yang positif antar *brand ambassador* NCT 127 dengan *brand image* produk Nu Green Tea. Hal tersebut dapat dilihat dari uji analisis koefisien determinansi yang diperoleh peneliti sebesar 0,693. Sehingga dapat dijelaskan bahwa *brand ambassador* NCT 127 sebagai variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan sebesar 69,3% terhadap *brand image* produk Nu Green Tea. Kemudian terdapat faktor lain yang tidak ada pada penelitian ini mempengaruhi *brand image* produk Nu Green Tea sebesar 30,7%

Kata kunci : *Brand Ambassador, Brand Image*