

ABSTRAK

Perkembangan dan persaingan di segala bidang industri semakin meningkat dari tahun ke tahun, permasalahan ini menuntut sebuah usaha atau perusahaan harus semakin kreatif dan inovatif dalam menjalankan segala bentuk kegiatan usahanya. Kementerian perindustrian menaikkan pertumbuhan di industri makanan dan minuman, Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada triwulan II-2020, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 0,22 persen secara tahunan. Salah satu permasalahan dalam bisnis adalah perihal pemasaran. Pemasaran pada saat ini menuntut suatu perusahaan harus bisa mengkomunikasikan dan menyampaikan dengan baik produknya kepada konsumen, salah satunya dengan cara menggunakan *Brand Ambassador* sebagai alat promosi sebuah produk. Salah satu produk minuman dalam kemasan yang menggunakan alat promosi dengan *Brand Ambassador* adalah Ultra Teh Kotak, Teh Kotak menggunakan Rizky Febian sebagai *Brand Ambassador* sebagai selebriti yang mempromosikan produknya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *Brand ambassador* terhadap *Brand image* dan Keputusan pembelian Teh Kotak Di Kota Bandung. Tujuan penelitian ini adalah meneliti *Brand ambassador* terhadap *Brand image*, *Brand ambassador* terhadap Keputusan pembelian dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Teh Kotak.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis penelitian deskriptif kausal. Teknik sampling menggunakan teknik *non probability sampling* jenis *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 400 orang. Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen Teh Kotak di Bandung. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kausal yang menggunakan *SMART PLS 3.0*.

Hasil analisis *SMART PLS 3.0* pada penelitian ini yaitu *Brand ambassador* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Brand image*, *Brand ambassador* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, dan *Brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian