

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh boygroup BTS sebagai *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* Samsung di Indonesia. 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*, *Favorable*, dan *Uniqueness*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik penentuan sampel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah probability sampling, dengan teknik simple random sampling, dan teknik analisisnya menggunakan regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian, memaparkan *Brand Ambassador* BTS memberikan pengaruh terhadap *Brand Image* Samsung sebesar 25,4%, dan sisanya sebesar 73,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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