

ABSTRAK

Menggunakan brand ambassador pada brand image merupakan salah satu strategi dalam meningkatkan citra suatu merek terhadap pola pikir konsumen. Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh *Brand Ambassador* NCT 127 Terhadap *Brand Image* Blibli. Variabel yang diteliti ialah variabel brand ambassador dan variabel brand image. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand ambassador* NCT 127 terhadap *brand image* yang dimiliki Blibli. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan orang yang memiliki umur 17-25 tahun yang mengetahui NCT 127 sebagai *brand ambassador* Blibli dan menggunakan aplikasi Blibli. Penelitian menggunakan teknik metode *non-probability sampling*, dengan total 96 responden. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan pengaruh yang bersifat positif antara brand ambassador NCT 127 terhadap brand image Blibli. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan sebesar 52,4% besaran pengaruh *brand ambassador* NCT 127 terhadap *brand image* Blibli dan sisanya sebesar 47,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar dari penelitian.

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