

ABSTRAK

Perkembangan dunia pemasaran kian pesat kini memasarkan merek dapat menggunakan *Brand Ambassador*, yakni individu yang terkenal atau memiliki pengaruh yang kuat sehingga dapat membuat masyarakat tertarik untuk memakai jasa atau mengonsumsi produk tersebut. Penulisan ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh *Brand Ambassador* terhadap *Brand image*, dengan fokus pada McDonald's sebagai merek yang diteliti. *Brand image* sendiri akan mencerminkan persepsi, citra, dan reputasi merek di benak konsumen. Metode penulisan yang digunakan dalam studi ini adalah metode penulisan kuantitatif jenis penulisan deskriptif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Sampel dalam penulisan ini adalah 100 konsumen McDonald's di Kota Serang, Banten yang sebagai responden kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan pada penulisan ini adalah analisis regresi linear sederhana dan diolah menggunakan aplikasi SPSS ver.25. Hasil penulisan didapatkan bahwa variabel *Brand Ambassador* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Brand image* McDonald's. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 40,9%, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *Brand Ambassador* terhadap *Brand image* McDonald's sebesar 40,9% sisanya 59,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penulisan ini.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Brand image*, McDonald's, Penulisan Kuantitatif