

ABSTRAK

Brand ambassador merupakan seseorang yang mempromosikan *brand* maupun produk ke pasar. Saat ini penggunaan *brand ambassador* sendiri kerap digunakan bagi beberapa *brand* guna meningkatkan *brand equity* salah satunya adalah *brand loyalty*. Penelitian ini berfokus kepada pengaruh *brand ambassador* NCT DREAM terhadap *brand loyalty* produk lemonilo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik analisis data deskriptif, *method of successive interval*, uji normalitas, analisis korelasi, regresi linier sederhana, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden yang diambil dari populasi yang tidak diketahui (*unknown population*). Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa elemen-elemen dari *brand ambassador* NCT DREAM memiliki pengaruh positif terhadap *brand loyalty* produk lemonilo, seperti yang ditunjukkan oleh nilai t hitung (17.069) yang memiliki jumlah lebih besar dari nilai t tabel (1,966). Koefisien determinasi menunjukkan bahwa *brand ambassador* NCT DREAM memiliki pengaruh sebesar 65,3% terhadap *brand loyalty* produk lemonilo sedangkan 34,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata Kunci : *Brand Ambassador, Brand Loyalty, Lemonilo*