

ABSTRAK

Melihat perkembangan teknologi saat ini dalam memasarkan suatu produk perlu menggunakan strategi, salah satunya dengan digitalisasi untuk dapat meningkatkan *brand awareness* dan *brand loyalty*. Penggunaan *brand ambassador* dapat meningkatkan *brand awareness* dan *brand loyalty* bagi perusahaan. *Brand ambassador* ialah salah satu cara yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk memberikan informasi produk atau jasa dan meningkatkan penjualan. Seorang *brand ambassador* dinilai melalui unsur *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengaruh yang ditimbulkan oleh *brand ambassador* Bambang Bayu Saptaji terhadap *brand awareness* dan *brand loyalty* Ortuseight. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis eksplanatif dan kausal. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik probability sampling jenis sample random sampling dan menggunakan sampel sebanyak 300 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi spearman dan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif antara variabel *brand ambassador* Bambang Bayu Saptaji terhadap *brand awareness* sebesar 91,9% dan *brand loyalty* sebesar 91,5% Ortuseight.

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