

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Minat Beli Luwak White Koffie. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat kota Bandung Fans Lee Min Ho. Jumlah sampel sebanyak 150 responden, sedangkan teknik sampel menggunakan *non-probability* sampling. Data penelitian ini berupa data primer yang bersumber dari kuesioner yang telah diuji validitas dan realibilitasnya, sedangkan analisis datanya menggunakan analisis statistik deskriptif, dan regresi sederhana.

Hasil yang diperoleh adalah *Brand Ambassador* mendapatkan nilai persentase 82,6% dan angka tersebut berada dalam kategori sangat tinggi. Sedangkan untuk Minat Beli mendapatkan nilai persentase sebesar 82,9% dan angka tersebut berada dalam kategori sangat tinggi. *Brand Ambassador* memiliki pengaruh terhadap Minat Beli pada produk Luwak White Koffie sebesar 8,8% dan sisanya sebesar 91,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Minat Beli