

ABSTRAK

Penelitian ini dibuat bertujuan untuk mengetahui bagaimana *brand ambassador* pada Bandung Makuta *Cake* Jalan Van Deventer No.2 Bandung. Bagaimana *brand image* pada Bandung Makuta *Cake* Jalan Van Deventer No.2 Bandung, serta untuk menghitung seberapa besar pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image* pada Bandung Makuta *Cake* Jalan Van Deventer No.2 Bandung.

Penelitian ini bersifat deskriptif dan kausalitas dengan 100 responden sebagai objek penelitian, responden yang di ambil ialah konsumen dari Bandung Makuta *Cake* Jalan Van Deventer No.2 Bandung. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert dengan menggunakan teknik pengujian data peneliti Uji validitas dan reliabilitas dengan sampel 30 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling dengan jenis accidental sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang di Bandung Makuta *Cake* Jalan Van Deventer No.2 Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap *Brand Image* sebesar 60,6% dan sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Ambassador, Brand Image, Regresi Sederhana.*