

ABSTRAK

Saat ini tren kue artis di setiap kota besar banyak bermunculan, kemunculan tersebut juga diikuti dengan penggunaan artis sebagai *brand ambassador* dari produk tersebut. Salah satunya adalah kemunculan Bandung Makuta *Cake* di Kota Bandung. Bandung Makuta *Cake* memiliki seorang *brand ambassador* Laudya Cynthia Bella yang juga dikenal sebagai seorang artis. Penggunaan seorang *brand ambassador* pada suatu produk sangat penting dan banyak merek yang menggunakan selebriti maupun sosok yang berpengaruh sebagai *brand ambassador* mereka. Sebagai upaya membangun citra merek yang dilakukan oleh Bandung Makuta melalui penggunaan *brand ambassador* tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana peran seorang *brand ambassador* pada *brand* kue artis dapat membangun citra merek. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian dimana data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk kata-kata dan gambar, kata-kata tersebut kemudian disusun, misalnya hasil wawancara antara peneliti dan informan disusun dalam sebuah kalimat. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan dari 5 indikator *brand ambassador* tersebut, penggunaan *brand ambassador* dalam indikator *transference* dan *congruence* memiliki peran yang paling baik. Pada faktor pembentuk citra merek, kekuatan dan keuntungan asosiasi merek dari penggunaan *brand ambassador* telah dapat dicapai. Dari penelitian dalam penggunaan *brand ambassador* pada Bandung Makuta *Cake* tersebut dapat disimpulkan penggunaan *brand ambassador* dapat membangun citra merek Bandung Makuta *Cake*.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Selebriti, Citra merek