

## ABSTRAK

Permintaan konsumen Indonesia terhadap makanan yang semakin meningkat menyebabkan perusahaan dibidang makanan semakin menjamur di kota Bandung, tidak luput bagi perusahaan restoran cepat saji yang memilih kota Bandung menjadi sasaran empuk untuk membuka *frenchise* makanan cepat saji. Salah satu restoran *fast food* yang membuka gerai usahanya di Indonesia dan sudah sangat terkenal baik di masyarakat Indonesia adalah Kentucky Fried Chicken (KFC), pihak perusahaan harus mampu meningkatkan usahanya dalam lingkungan internal dan eksternal target pembeli untuk memberikan informasi lengkap. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan memposisikan seorang *trendsetter* sebagai *brand ambassador*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh “Pengaruh Brand Ambassador “Sean Gelael” terhadap keputusan pembelian Kentucky Fried Chicken (KFC)”

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Jenis analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana dengan bantuan *software* SPSS versi 22. Dan menggunakan Teknik sampling *nonprobability sampling*. Alat pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Transmart Buah Batu, Bandung dan mengutip dari berbagai sumber buku. Untuk menentukan sampel dengan menggunakan rumus bernouli maka ditentukan sampel sebesar 100 responden.

Hasil penelitian deskriptif menunjukkan bahwa variabel (X) *brand ambassador* termasuk dalam kategori baik dengan rata-rata skor 74,54% dan variabel (Y) keputusan pembelian termasuk dalam kategori baik dengan rata-rata skor total 79,42% dan dari hasil penelitian menunjukka bahwa *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 29,4% dan sisanya 71,6% yang dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci :** *brand ambassador* dan keputusan pembelian