

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi *smartphone* semakin pesat, termasuk perkembangan teknologi komunikasi *smartphone* di Indonesia. Para produsen *smartphone* terus memberikan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu produsen *smartphone* di Indonesia adalah OPPO. OPPO memerlukan strategi promosi dalam meningkatkan *Image* perusahaan dan menarik minat beli konsumen. Strategi promosi yang digunakan OPPO adalah menggunakan *Brand Ambassador* dalam iklannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh dari *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* serta dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan pada pengguna produk *smartphone* OPPO di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data dengan mengumpulkan kuisioner yang disebar. Selain itu penelitian ini mempunyai jumlah sampel sebanyak 385 responden dengan menggunakan metode sampling non probability dengan jenis accidental sampling. Pada penelitian ini menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan 26 butir pertanyaan kuisioner untuk untuk 3 variabel. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS.

Berdasarkan evaluasi pengaruh antar variabel, diperoleh *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image*, *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian, OPPO sebaiknya meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen dengan cara membuat lebih banyak ragam acara dalam menarik minat konsumen yang akan menampilkan *Brand Ambassador* *smartphone* OPPO, seperti membuat ragam acara tambahan selain event yang telah dibuat oleh OPPO contohnya meet and greet dengan *Brand Ambassador* yang menerapkan peserta yang hadir dalam acara dapat bertanya langsung kepada *Brand Ambassador* mengenai produk *smartphone* OPPO dan tournament game yang menampilkan *Brand Ambassador* sebagai guest star yang menerapkan peserta yang hadir dalam acara dapat menggunakan produk OPPO yang disediakan untuk bermain dan mempersembahkan fun match dengan *Brand Ambassador*, yang memilih peserta yang hadir secara acak untuk bermain dengan *Brand Ambassador*.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, *smartphone*, OPPO