

Pada saat ini perkembangan bola basket di Indonesia berkembang sangat pesat, bisa dilihat dari kompetisi – kompetisi yang bergulir mulai dari kalangan SD,SMP,SMA,Universitas hingga liga basket professional. dilihat dari hal tersebut banyak perusahaan yang tertarik terjun di bidang olahraga basket, salah satunya ialah Hoops Indonesia merupakan salah satu bisnis toko olahraga yang bergerak di bidang *sport*, khususnya dalam bidang olahraga basket. Perusahaan perlu melakukan promosi agar produk yang mereka jual di kenal di kalangan masyarakat. Salah satu kegiatan promosi yang digunakan Hoops Indonesia adalah menggunakan jasa *Brand Ambassador*. *Brand ambassador* adalah bagian dari promosi penjualan, promosi penjualan pada dasarnya adalah sebuah “konten” dimana konten tersebut di komunikasikan kepada khalayak untuk mendapatkan respon secara *kognitif*, *afektif* dan *konatif*. *Brand Ambassador* yang dilakukan oleh Hoops adalah bagian usaha dari Hoops *Brand Ambassador*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* Daniel Wenas terhadap Respon Khalayak konsumen Hoops Indonesia. Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden sebagai sampel dan populasi. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *software* SPSS 25. Dalam menjelaskan hasil penelitian, analisis linier sederhana, dan uji asumsi klasik. Hasil dari pengolahan data menunjukkan bahwa pengaruh *Brand ambassador* Daniel Wenas terhadap Respon Khalayak konsumen Hoops Indonesia termasuk dalam kategori tinggi. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan positif terhadap Respon Khalayak. Besar pengaruh *Brand ambassador* Daniel Wenas terhadap Respon Khalyak Konsumen Hoops Indonesia adalah sebesar 35%, sisanya sebesar 65%% dipengaruhi variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Respon Khalayak