

ABSTRAK

Kopi kini dapat dikatakan sebagai sebuah gaya hidup bagi masyarakat Indonesia. Tren kopi saat ini membuat *brand* kopi instan ikut berkembang. NeoCoffee merupakan *brand* kopi instan dari Wings Food yang baru muncul di pasaran pada pertengahan tahun 2019. NeoCoffee juga menjadikan Lucas WayV sebagai *brand ambassador* produk mereka. Hal ini berkaitan dengan tren Hallyu atau biasa disebut *Korean Wave*. Dengan demikian, NeoCoffee ingin menguatkan *brand image* mereka yang mereka sering identikkan dengan *millenials*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah hubungan, pengaruh serta seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan oleh *brand ambassador* Lucas WayV terhadap *brand image* NeoCoffee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif dan kausal. Teknik *sampling* menggunakan teknik *non-probability sampling* jenis *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan korelasi spearman dan analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil pada penelitian ini, diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat serta signifikan antara variabel *brand ambassador* Lucas WayV terhadap *brand image* NeoCoffee. Hasil uji hipotesis (Uji t) didapatkan hasil $t_{hitung} 15,755 > t_{tabel} 1,985$, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan *brand ambassador* Lucas WayV terhadap *brand image* NeoCoffee. Hasil koefisien *brand ambassador* Lucas WayV memiliki pengaruh sebesar 71,7%, sementara sisanya sebesar 28,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Korean Wave, Brand Ambassador, Brand Image*