

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memberikan pengaruh bagi dunia olahraga, khususnya dalam menciptakan cabang olahraga baru berbasis teknologi yang dikenal dengan *esports* (*electronic sports*). Istilah *esports* sendiri menggambarkan permainan *video game* yang bersifat kompetitif sehingga membutuhkan tenaga atlet profesional untuk bersaing dibidangnya. Berbicara tim esports di Indonesia, Melalui *Esports Charts* sebuah layanan analitik yang menyelidiki tren perkembangan *esports* dan streaming secara umum, EVOS menempati posisi pertama sebagai tim *esports* paling populer di wilayah Asia Tenggara. EVOS terkenal sebagai salah satu tim *esports* terbesar di Indonesia. Tapi keseriusan mereka ternyata tak hanya di sana. Hal ini dibuktikan dengan *launching flagship store* resmi pertamanya di *ONE Bell Park*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* Pada EVOS Esports di Kota Bandung. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Variabel bebas penelitian ini adalah *Celebrity Endorser* dan variabel terikatnya adalah *Brand Image*.

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode analisis inferensial yang dipakai dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Sederhana.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian analisis deskriptif, variabel *Celebrity Endorser* pada EVOS Esport secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan analisis deskriptif, variabel *Brand Image* pada EVOS Esport secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* pada EVOS Esport, serta variabel *Celebrity Endorser* memberikan kontribusi pengaruh sebesar 62.2%.

Adapun saran yang diberikan adalah dengan membuat produk melalui suatu event yang diikuti oleh *Endorser* yang dapat menarik perhatian konsumennya dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk EVOS Esport lalu untuk memberikan promosi dan juga kegiatan yang mampu meng-engage konsumennya mengenai produk esport yang ditawarkan, sehingga konsumen merasa bahwa walaupun EVOS Esport adalah tim esport yang sudah besar, tapi dalam menjangkau pasarnya, konsumen merasa produk yang ditawarkan masih terjangkau dan dengan kegiatan yang dapat meng-engage konsumennya, diharapkan konsumen yang membeli produk dari EVOS Esport dapat menjadi konsumen yang loyal.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser, Brand Image, Esports*