

## ABSTRAK

*EduTech* merupakan teknologi sebagai alat media pembelajaran 4.0 yang digunakan untuk mempromosikan pendidikan dalam dunia digital. Zenius sebagai salah satu *education technology* di Indonesia gencar melakukan promosi dengan berbagai komunikasi pemasaran seperti menggunakan *brand ambassador* dan iklan secara *online* maupun *offline* guna menghubungkan jasa dengan khalayak. Penggunaan *brand ambassador* pada *brand image* adalah suatu strategi pemasaran yang dilakukan untuk membangun citra merek dan pola pikir dari konsumen. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* Jerome polin terhadap *brand image* Zenius education. Metode penelitian yang digunakan berupa kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Data telah terkumpul oleh penulis secara *online* melalui kuisisioner kepada 400 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian ini. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana dalam proses analisis data yang dilakukan melalui SPSS IBM versi 25. Berdasarkan hasil analisis data maka brand ambassador Jerome polin (X) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *brand image* sebesar 0,659 atau 65,9% sedangkan 34,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

**Kata kunci:** *brand ambassador, brand image, zenius education.*