

ABSTRAK

Brand ambassador merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan memberikan informasi mengenai produk. Seorang *brand ambassador* harus mempunyai unsur *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power*. Penggunaan *brand ambassador* sendiri dapat meningkatkan *brand image* bagi setiap perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh penggunaan *new brand ambassador* Nathalie Holscher terhadap *brand image* produk MS Glow di media sosial Instagram dan mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan *new brand ambassador* Nathalie Holscher terhadap *brand image* produk MS Glow di media sosial Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika terjadi peningkatan *brand ambassador* sebesar satu satuan, maka *brand image* akan meningkat sebesar 0,379 satu satuan. Besar pengaruh *brand ambassador* Nathalie Holscher terhadap *brand image* produk MS Glow di media sosial Instagram adalah sebesar 21,8%, sisanya sebesar 78,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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