

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada produk Citra *hand & body lotion* dimana perusahaan menggunakan *brand ambassador* terbaru yaitu Ariel Tatum melalui iklan terbarunya untuk memperkenalkan nyanyian dan tarian saat menggunakan *hand & body lotion*. Dengan dipilihnya Ariel sebagai *brand ambassador* diharapkan mampu mewakili produk Citra sehingga pesan yang disampaikan dapat di mengerti oleh konsumen yang akhirnya akan menimbulkan minat beli. Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh *brand ambassador* Ariel Tatum terhadap keputusan pembelian Citra *hand & body lotion* di Kota Bandung.

Peneliti menggunakan metode penelitian kausalitas. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling*, dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling* sebanyak 384 responden melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand ambassador* Ariel Tatum memiliki pengaruh sebesar 41,2% terhadap keputusan pembelian Citra *hand & body lotion* sedangkan sisanya 58,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Iklan, *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian Konsumen