

## ABSTRAK

Minat beli merupakan aspek penting dalam perilaku konsumen, yang mencerminkan keinginan konsumen terhadap suatu produk setelah melalui proses pengamatan dan pembelajaran. Dalam industri pakaian olahraga, persaingan yang ketat menuntut merek-merek untuk menggunakan strategi pemasaran yang efektif, salah satunya dengan memanfaatkan duta merek (*brand ambassador*) dan citra merek (*brand image*). Penelitian ini berfokus pada analisis peran citra merek sebagai mediator dalam pengaruh duta merek terhadap minat beli produk Mills, sebuah merek pakaian olahraga yang sedang berkembang di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pengujian model menggunakan SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa duta merek secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, namun memiliki pengaruh signifikan terhadap citra merek. Citra merek sendiri terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan berperan sebagai mediator yang signifikan antara duta merek dan minat beli.

**Kata Kunci:** Duta Merek, Citra Merek, Minat Beli.