

## ABSTRAK

**Rifka Annisa Putri Sopari, NIM. 3402190595. “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Personality* terhadap *Consumer-Based Brand Equity* (Suatu Studi pada Konsumen Mi Lemonilo di Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis)”. Dibawah bimbingan Mochammad Aziz Basari, S.Sos., M.M. (Pembimbing I) dan Risna Kartika, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Personality* terhadap *Consumer-Based Brand Equity* (Suatu Studi pada Konsumen Mi Lemonilo di Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1]. Bagaimana pengaruh *brand ambassador* terhadap *consumer-based brand equity* pada mi Lemonilo di Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis?; 2]. Bagaimana pengaruh *brand personality* terhadap *consumer-based brand equity* pada mi Lemonilo di Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis?; 3]. Bagaimana pengaruh *brand ambassador* dan *brand personality* terhadap *consumer-based brand equity* pada mi Lemonilo di Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. Pengaruh *brand ambassador* terhadap *consumer-based brand equity* pada mi Lemonilo di Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis; 2]. Pengaruh *brand personality* terhadap *consumer-based brand equity* pada mi Lemonilo di Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis; 3]. Pengaruh *brand ambassador* dan *brand personality* terhadap *consumer-based brand equity* pada mi Lemonilo di Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji Signifikansi Parsial (Uji-t), dan Uji Signifikansi Simultan (Uji F).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *brand ambassador* dan *brand personality* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap *consumer-based brand equity* pada konsumen mi Lemonilo di Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis.

Diharapkan PT Lemonilo Indonesia Sehat mempertahankan *brand ambassador* dan *brand personality* sehingga akan meningkatkan *consumer-based brand equity*.

**Kata kunci: *Brand Ambassador, Brand Personality, Consumer Based Brand Equity***