

## ABSTRAK

Adanya kemajuan teknologi dan juga kuatnya internet, memudahkan pelaku bisnis untuk berinovasi dalam mempromosikan dan memberikan informasi kepada masyarakat. Salah satu cara yang dimanfaatkan oleh pelaku bisnis adalah dengan membuat penawaran menarik yaitu *online sales promotion* melalui *live shopping* shopee dan juga *celebrity endorser* yang diharapkan dapat menciptakan sebuah *brand image* bagi usaha mereka. Hal tersebut dimanfaatkan oleh Toko Mama Gigi untuk menciptakan *brand image* melalui *online sales promotion* yang ditawarkan dan juga penggunaan *celebrity endorser* Nagita Slavina. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online sales promotion* dan *celebrity endorser* Nagita Slavina terhadap *brand image* Toko Mama Gigi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (*Stimulus, Organism, Respons*) yang diciptakan oleh Houland. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif serta pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *non-probability sampling* serta jumlah responden sebanyak 400 orang. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *online sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* dengan nilai  $t_{hitung}$  10,212 dan variabel *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* dengan nilai  $t_{hitung}$  9,686. Besarnya pengaruh *online sales promotion* dan *celebrity endorser* terhadap *brand image* Toko Mama Gigi sebesar 46,9% sedangkan 53,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Brand Image, Celebrity Endorser, Online Sales Promotion*