

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK PROGRAM STUDI ILMU
KOMUNIKASI KONSENTRASI ADVERTISING Skripsi, Juni 2023**

MAYA ROSMITA 2019140147

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* REFAL HADY TERHADAP *BRAND
IMAGE* AVOSKIN (Survei pada *followers* akun Instagram @avoskinbeauty)**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya pertumbuhan pasar yang menawarkan beberapa produk dipasaran untuk memenuhi persyaratan guna memenuhi harapan konsumen. Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk kreatif dengan memaksimalkan eksistensi brand ambassador. Kesesuaian antara *brand* dan *brand ambassador* sangat penting untuk menunjang komunikasi merek yang akhirnya dapat membentuk citra merek yang baik. Salah satu merek *skincare* lokal adalah Avoskin dengan menggandeng Refal Hady sebagai brand ambassador. Tujuan dari penelitian ini 1). Mengetahui *brand ambassador* Refal Hady pada *followers* instagram @avoskinbeauty. 2). Mengetahui *brand image* avoskin pada *followes* instagram @avoskinbeauty. 3). Mengukur pengaruh *brand ambassador* Refal Hady terhadap *brand image* Avoskin. Teori yang digunakan pada penelitian ini teori *brand ambassador* (Transparansi, Kesesuaian, Kredibilitas dan Daya Tarik) serta Teori *brand image* (Kekuatan, Keunikan dan Keuntungan). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, menyebarkan kuesioner yang diberikan pada 83 responden pada *followers* instagram @avoskinbeauty. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik probalilty sampling. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *random sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *brand ambassador* Refal Hady terhadap *brand image* avoskin secara keseluruhan respon merespon baik (setuju), serta pengaruh *brand ambassador* Refal Hady terhadap merespon baik (setuju) dari semua pernyataan variabel Y dikuesioner penelitian, dan besarnya pengaruh *brand ambassador* Refal Hady berpegaruh tinggi atau kuat sebesar 0,715 terhadap brand image Avoskin 1). *Brand ambassador* memiliki hasil rata-rata 3,36 dengan setuju. 2). *Brand Image* memiliki hasil rata-rata 3,40 dengan setuju. 3). *Brand ambassador* memiliki pengaruh terhadap brand image sebesar 51,1%, sementara sisanya 48,9% lainnya berasal dari faktor lain diluar variabel penelitian.

Kata Kunci : *Brand Ambassador, Brand Image, Merek, Skincare*
Refrensi : 10 Buku, 3 Jurnal dan 4 Publikasi Online
Dosen Pembimbing : Velda Ardia S.I.Kom, M.Si.