

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image* Scarlett Whitening. *Brand ambassador* merupakan seseorang yang memiliki peran besar dan dapat dipercaya untuk mewakili produk tertentu, salah satunya dalam membentuk citra positif mengenai suatu produk. Banyaknya cara yang dapat dilakukan untuk menciptakan citra positif suatu produk sehingga dikenal baik oleh khalayak. Scarlett Whitening sebagai salah satu *brand* kecantikan lokal menggunakan *brand ambassador* dengan daya tarik sendiri. Pemilihan *brand ambassador* juga dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satu dengan mengikuti *trend* saat ini. Saat ini *trend Korean Wave* sedang booming di berbagai negara secara global, salah satunya di Indonesia. Oleh karena itu, banyak perusahaan-perusahaan yang menggunakan brand ambassador dari Korea Selatan, diantara banyaknya perusahaan-perusahaan tersebut salah satunya adalah Scarlett Whitening. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh brand ambassador terhadap *brand image*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand ambassador* Song Joong-Ki terhadap *brand image* Scarlett Whitening. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik *non-probability* sampling dengan jenis *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 98 orang responden dengan kriteria tertentu yaitu merupakan *followers* akun instagram @scarlett_whitening, merupakan pengguna produk Scarlett Whitening, berusia 16-25 tahun, serta mengetahui Song Joong-Ki sebagai brand ambassador Scarlett, dan pernah melihat iklan Song Joong-Ki x Scarlett Whitening. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *brand ambassador* terhadap *brand image*.

Kata kunci: *Brand Ambassador, Brand Image, Korean wave, Scarlett Whitening*