

ABSTRAK

Konsumsi terhadap kosmetik yang kini kian meningkat membuat banyak perubahan pada industri kosmetik di Indonesia. adanya perubahan yang terjadi selama pandemi covid-19 dimana konsumsi *skin care* lebih populer dari pada *make up* berpengaruh terhadap *brand* lokal khususnya dibidang kosmetik dan *personal care*. Scarlett adalah salah satu *brand skin care* lokal yang berdiri sejak tahun 2017, untuk terus dapat bersaing di pasar Scarlett perlu membuat strategi promosi guna meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap produknya. Salah satu promosi yang dilakukan Scarlett adalah menggunakan *brand ambassador* asal Korea Selatan *group girl* Twice. Sejalan dengan *Hallyu wave* yang kini terjadi di Indonesia dimana *K-pop fans* cenderung ingin menggunakan apa yang dipakai oleh *Idolanya*. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh *brand ambassador group girl* Twice terhadap *brand awareness* produk *face care* Scarlett. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan korelasi spearman dan analisis regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini didapati hubungan antara *brand ambassador* dan *brand awareness* adalah sedang, dengan variabel independen berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel dependen yang didapati dari uji hipotesis (Uji-t) dimana $t_{hitung} 4,424 > t_{tabel} 1,987$. Didapati hasil koefisien dari *brand ambassador group girl* Twice memiliki pengaruh 16,6% terhadap *brand awareness* produk *face care* Scarlett dengan sisanya 83,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti di penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Brand Awareness, Korean Wave*