

ABSTRAK

Di industry kecantikan dari tahun ke tahun semakin bertambah, Produk kecantikan yang mendukung peningkatan adalah skincare. Skincare kulit tampaknya menjadi tren di masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), industri kosmetika yang meliputi sektor industri farmasi, kimia, dan obat tradisional mengalami pertumbuhan mencapai 9,61% di tahun 2021. Ms Glow adalah perusahaan berbasis kecantikan di Indonesia. Ms Glow digunakan serta dibahas oleh beberapa *brand ambassador*, *beauty vlogger*, blogger yang juga *review vlogger* serta *blogger* dapat dilihat kualitasnya oleh masyarakat yang dapat menumbuhkan *trust* dalam minat beli calon konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Brand Ambassador* terhadap *Brand Awareness* melalui *Trust* dan Minat beli masyarakat Indonesia. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang sudah/belum memakai produk Ms Glow yang mana jumlahnya tidak diketahui secara pasti dan menggunakan *purposive sampling* yang merupakan teknik pengumpulan sampel dari *nonprobability sampling*. Ms Glow menjadi produk yang paling banyak diminati di Indonesia untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai produk dan untuk melakukan pembelian secara offline maupun online dengan sampel yang digunakan 400 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan metode kuantitatif serta pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling – Partial Least Structural (SEM-PLS) dengan software SmartPLS 3.2.9

Secara teoritis, Penelitian ini diharapkan mampu memperluas pengetahuan dan memberikan pengetahuan untuk perusahaan Ms Glow dalam daya tarik minat beli Ms Glow dari dampak *brand ambassador* serta *brand awareness* terhadap *trust* dan minat beli. Secara Praktis Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber informasi serta saran untuk perusahaan Ms Glow dalam pengaruh pada *trust* dan minat beli pada calon pembeli.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Brand Awareness, Trust, Minat Beli.*