

ABSTRAK

Lazada merupakan salah satu aplikasi *e-commerce* paling massif di Indonesia. Untuk meningkatkan kegiatan promosi terhadap sebuah brand, Lazada menggunakan *brand ambassador*. Lazada resmi menjadikan Isyana Sarasvati sebagai *Brand Ambassador* sekaligus bintang iklan Lazada pada bulan Oktober tahun 2022. Dengan adanya iklan maka sebuah *brand* akan mudah dikenal dan mampu menimbulkan *brand awareness*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh *brand ambassador* Isyana Sarasvati terhadap *Brand Awareness* Lazada. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk kota Bandung yang mengetahui iklan Lazada *feat* Isyana yang berusia 17 hingga 35 tahun. Teknik pengambilan data menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Data yang digunakan termasuk data primer dan sekunde^{4r} dengan teknik analisis regresi liner sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* Isyana berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness* Lazada. Besar pengaruh *brand ambassador* Isyana terhadap *brand awareness* Lazada sebesar 13,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

***Kata Kunci:* Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand, iklan, Lazada**