

ABSTRAK

Perkembangan komunikasi pada era digitalisasi membuat brand atau perusahaan menentukan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produknya, kondisi ini bertujuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan sehingga penting menggunakan brand ambassador dalam mempertahankan brand imagenya. Scarlett Whitening perusahaan ternama kecantikan memanfaatkan Brand Ambassador EXO yang sedang populer dan memiliki kredibilitas tinggi dalam strategi pemasarannya. Tujuan penelitian ini untuk mengukur tingkat aspek Brand Ambassador EXO, untuk mengukur tingkat aspek Brand Image Scarlett Whitening, dan untuk mengukur pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Scarlett Whitening. Metode yang digunakan dalam penelitian ini Metode Kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner dan observasi. Pengambilan sample menggunakan Metode Non Probability Sampling dengan purposive sampling sebanyak 100 responden. Pada hasil penelitian uji normalitas penelitian ini berdistribusi normal, pada uji hipotesis (uji T) hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh Brand Ambassador EXO yang signifikan terhadap Brand Image Scarlett Whitening

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