

ABSTRAK

Industri kecantikan di Indonesia terus berkembang pesat, termasuk merek-merek skincare lokal seperti The Aubree. Salah satu strategi yang digunakan untuk meningkatkan *brand awareness brand skincare* The Aubree adalah melalui endorsement di media sosial, khususnya Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh endorsement terhadap *brand awareness* The Aubree di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei dan menyebarkan kuesioner kepada 160 responden yang merupakan pengikut akun Instagram @theaubreeofficial. Variabel yang diteliti adalah endorsement sebagai variabel bebas (X) dan *brand awareness* sebagai variabel terikat (Y). Data dianalisis menggunakan uji regresi linier sederhana, uji t, dan uji F untuk mengukur signifikansi pengaruh, serta uji koefisien determinasi untuk melihat kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa endorsement memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis untuk strategi pemasaran digital dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan keterlibatan konsumen di media sosial.

Kata Kunci: *BRAND AWARENESS, ENDORSEMENT, , INSTAGRAM, THE AUBREE, SKINCARE.*