

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Brand ambassador Raditya Dika terhadap Brand awareness Traveloka. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengukur sebesar apakah pengaruh yang telah dilakukan Traveloka dengan ditunjukkannya Raditya Dika sebagai *Brand ambassador* terhadap *Brand awareness*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang bersumber dari sampel dengan teknik *non purposive sampling* memakai jenis *purposive sampling* yang berjumlah 100 responden. Teknis analisis data yang dan metode yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil uji koefisien korelasi ditemukan adanya hubungan yang kuat, signifikan, serta searah dengan nilai t hitung yang memberikan pengaruh signifikan sebesar $22,560 > t$ tabel 1,660. Kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh *Brand ambassador* Raditya Dika sebesar 83,9% terhadap *Brand awareness* Traveloka dan sisanya 16,1% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian.

Kata Kunci: *Brand ambassador*, Raditya Dika, *Brand awareness*, Traveloka