

ABSTRAK

Pria sudah mulai menyadari pentingnya perawatan wajah. Akibatnya, berbagai produk dan layanan perawatan kulit khusus pria semakin didistribusikan dan diminati oleh masyarakat umum. Ms Glow menempati urutan pertama penjualan pada Mei 2021, penjualan kategori perawatan wajah MS Glow mencapai 74,82 miliar Rupiah. Pada pertengahan 2021 MS Glow For Men mengumumkan bahwa Marshel Widiyanto menjadi Brand Ambassador. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Marshel Widiyanto sebagai Brand Ambassador terhadap Brand Image MS Glow di Indonesia. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu Brand Ambassador dengan sub variabel Visibility, Credibility, Attraction, dan Power. Variabel terikatnya adalah Brand Image dengan sub-variabel Strength, Favorable, dan Uniqueness. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling, dengan teknik simple random sampling, dan teknik analisis menggunakan uji normality, uji heteroskedastisitas, uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, dan uji hipotesis menggunakan uji T. Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa Brand Ambassador Marshel Widiyanto memiliki pengaruh terhadap Brand Image MS Glow sebesar 86,1%, dan sisanya sebesar 13,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Brand Image, Marshel Widiyanto, MS Glow