

ABSTRAK

Industri kecantikan lokal sedang di puncak popularitas, yang ditandai dengan semakin banyak hadirnya *brand-brand skincare* maupun *makeup*. Whitelab merupakan perusahaan di bidang *skincare* menerapkan strategi pemasaran dengan menjadikan Sehun EXO sebagai *brand ambassador* untuk dapat mempengaruhi seseorang. Hal ini salah satu cara *brand* Whitelab untuk menarik para konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *brand ambassador*, minat beli, dan *brand image* pada produk Whitelab, mengetahui pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image*, *brand ambassador* terhadap minat beli, serta pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli melalui *brand image*.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan hubungan kasual, teknis menggunakan model analisis jalur dan uji sobel dengan jumlah sampel penelitian 100 responden. Populasi dalam penelitian ini setiap individu yang mengetahui *brand whitelab* dan mengetahui Sehun EXO sebagai *brand ambassador* Whitelab.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap *Brand image* , variabel *Brand ambassador* berpengaruh secara signifikan terhadap Minat beli, dan variabel *Brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap Minat beli melalui *Brand image* .

Kata kunci : *Brand Ambassador, Minat Beli, Brand Image*