

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan bisnis *skincare* di Indonesia saat ini mengalami peningkatan. Avoskin merupakan merek *skincare* yang memiliki sosial media Instagram yang digunakan untuk mempromosikan produknya secara online, salah satu strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Avoskin agar produknya dapat lebih dikenal dan mampu menjangkau skala pasar global yaitu dengan menggunakan sebuah *Brand Ambassador* Park Hyung Sik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online melalui *google form* dengan jumlah sampel 400 responden yang merupakan *followers* Instagram Avoskin, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS 26. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif pada variable *Brand Ambassador* Park Hyung Sik Terhadap *Brand Image* Avoskin. Dibuktikan dengan Diketahui $t_{hitung} 44,546 > t_{tabel} 1,966$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dari itu dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara *Brand Ambassador* (X) terhadap *Brand Image* (Y). Sedangkan 16,7% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Brand Image, Instagram, Avoskin, Park Hyung Sik.*