

## ABSTRAK

Teknologi internet banyak dimanfaatkan oleh para pemasar sebagai metode dalam memasarkan sebuah produk barang atau jasa yang umumnya disebut dengan internet marketing. Perusahaan dituntut untuk merespon kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan informasi yang jelas mengenai produk ataupun mereknya agar mendapatkan respon positif dapat diberikan konsumen di media sosial. Dalam memanfaatkan *platform* media sosial untuk memberikan informasi mengenai produk ataupun merek para pemasar menggunakan salah satu strategi marketing yaitu komunikasi persuasif. Keberhasilan seorang *influencer* dalam memebangun *brand awareness* juga dilihat dari cara dan gaya dalam berkomunikasi melalui media sosial. Martha Beauty Bar merupakan bisnis yang bergerak dibidang kecantikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *influencer* terhadap *brand awareness* pada Martha Beauty Bar. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan teknik analisis data yaitu analisis regresi linear sederhana. Sample yang digunakan pada penelitian ini yaitu 100 responden yang merupakan *followers* Instagram Martha Beauty Bar. Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *influencer* terhadap *brand awareness*.

**Kata Kunci :** *Influencer, Brand awareness.*