



## ABSTRAK

### PENGARUH KREDIBILITAS RED VELVET SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE AZARINE COSMETIC

Nova Listia Ramadhani  
5201711365

Fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu* dan tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap produk lokal. Azarine Cosmetic mengikuti perkembangan tersebut dengan menunjuk Red Velvet sebagai brand ambassador untuk meningkatkan brand image. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kredibilitas Red Velvet sebagai brand ambassador mempengaruhi brand image Azarine Cosmetic. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dekriptif kuantitatif dengan paradigma positivism. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan pengguna produk Azarine, penggemar Red Velvet dan followers dari Instagram @azarinecosmeticofficial uji hipotesis menggunakan Uji-t menggunakan SPSS versi 22 dilakukan guna menemukan hasil hipotesis yang telah ditentukan. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa pada penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara brand ambassador dan brand image

**Kata Kunci:** Brand Ambassador, Brand Image

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF RED VELVET'S CREDIBILITY AS A BRAND AMBASSADOR ON AZARINE COSMETIC'S BRAND IMAGE**

*Nova Listia Ramadhani*  
5201711365

*The Korean Wave or Hallayu phenomenon and the high interest of Indonesian people in local products. Azarine Cosmetic follows this development by appointing Red Velvet as a brand ambassador to improve brand image. The purpose of this study is to determine how the credibility of Red Velvet as a brand ambassador affects the brand image of Azarine Cosmetic. The method used in this study is quantitative descriptive with a positivism paradigm. The sample in this study amounted to 100 respondents who were users of Azarine products, Red Velvet fans and followers of Instagram @azarinecosmeticofficial hypothesis testing using the t-test using SPSS version 22 was carried out to find the results of the predetermined hypothesis. The results of the t-test show that in this study there is a significant influence between brand ambassadors and brand image*

**Keywords:** *Brand Ambassador, Brand Image*