

## ABSTRAK

**Amsal Dameria Martha Lovely, 10820073**

### **Pengaruh *Brand Ambassador* Sehun Dalam Iklan Whitelab Terhadap Minat Beli Skincare Di Kalangan Pria Usia 18 – 21 Tahun**

Kata kunci : *Brand Ambassador*, Sehun, Whitelab, Minat Beli

(xiii+ 56 + Lampiran)

*Brand Ambassador* Sehun bertujuan untuk memberikan pengaruh kepada masyarakat terutama kepada pengikut Whitelab di Instagram melalui iklan untuk meningkatkan minat beli skincare pada pria. Teori yang digunakan di dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (Stimulus Organism Respon) yaitu bahwa alasan perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan yang berkomunikasi dengan organisme. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivistik. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuesioner dan memiliki sifat eksplanatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *Non Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama pada setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berdasarkan pada hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini sebesar 0,534 yang menunjukkan bahwa variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y sebesar 53,4%. Hasil dari penelitian menunjukkan besarnya Pengaruh *Brand Ambassador* Sehun Dalam Iklan Whitelab Terhadap Minat Beli Skincare Di Kalangan Pria Usia 18 – 21 Tahun.

Daftar Pustaka (2003 – 2022)