

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *WORD OF MOUTH*  
TERHADAP *BRAND AWARENESS* PRODUK MS GLOW DI  
KOTA SINGARAJA**

Oleh

**Luh Pani Atmini, NIM 1917011048**

**Program Studi Pendidikan Ekonomi**

**ABSTRAK**

Dalam melakukan kegiatan penelitian ini telah adanya tujuan dari pihak peneliti ialah melakukan proses pengujian: (1) pengaruh yang diberikan oleh *Brand Ambassador* terhadap *Brand Awareness* produk *Ms Glow*, (2) pengaruh yang diberikan oleh *Word of Mouth* terhadap *Brand Awareness* produk *Ms Glow*, dan (3) pengaruh yang diberikan oleh *Brand Ambassador* dan *Word of Mouth* terhadap *Brand Awareness* produk *Ms Glow*. Kegiatan ini memakai jenis penelitian kausalitatif. Populasi yang dipakai oleh pihak peneliti adalah semua konsumen yang memakai produk *Ms Glow* yang tepatnya ada di kawasan wilayah kota Singaraja, sehingga banyaknya jumlah sampel yang mendukung penelitian ini adalah sebanyak 110. Teknik sampel yang dipakai ialah berupa teknik *purposive sampling*. Metode yang dipakai dalam melakukan proses pengumpulan data dalam bentuk berupa kuesioner dengan pemakaian analisis regresi linier berganda. Proses pengujian hipotesis memakai uji t dan F dengan cara memakai SPSS 25 *for windows*. Perolehan hasil kegiatan ini memperlihatkan (1) *brand ambassador* memperlihatkan arah hasil positif dan signifikan terhadap *brand awareness* produk *Ms Glow* (nilai sig.  $0,000 < 0,05$ ), (2) *word of mouth* memperlihatkan arah hasil positif dan signifikan terhadap *brand awareness* produk *Ms Glow* (nilai sig.  $0,000 < 0,05$ ), dan (3) *brand ambassador* dan *word of mouth* memperlihatkan arah hasil positif dan signifikan terhadap *brand awareness* produk *Ms Glow* (nilai sig.  $0,000 < 0,05$ ).

**Kata Kunci:** *Brand Ambassador*, *Word of Mouth* dan *Brand Awareness*.

## ABSTRACT

*In carrying out this research activity, the aims of the researchers were to carry out the testing process: (1) the influence exerted by the Brand Ambassador on the Brand Awareness of Ms Glow's products, (2) the influence exerted by Word of Mouth on Brand Awareness of Ms Glow's products, and (3) the influence exerted by the Brand Ambassador and Word of Mouth on the Brand Awareness of Ms Glow's products. This activity uses the type of causalitative research. The population used by the researchers were all consumers who used Ms Glow products, which is located in the Singaraja city area, so that the number of samples that supported this research was 110. The sample technique used was a purposive sampling technique. The method used in carrying out the data collection process is in the form of a questionnaire with the use of multiple linear regression analysis. The process of testing the hypothesis uses the t and F tests by using SPSS 25 for windows. The results of this activity show (1) the brand ambassador shows a positive and significant direction towards Ms Glow's product brand awareness (sig. value  $0.000 < 0.05$ ), (2) word of mouth shows a positive and significant direction towards Ms Glow's product brand awareness Glow (sign. value  $0.000 < 0.05$ ), and (3) brand ambassadors and word of mouth show positive and significant results towards brand awareness of Ms Glow's products (sig. value  $0.000 < 0.05$ ).*

**Keywords:** *Brand Ambassador, Word of Mouth and Brand Awareness.*

