

## **ABSTRACT**

This study aims to find out how the influence of Brand Ambassadors on the intention to buy scarlett whitening on Instagram media. In this study, the authors conducted a survey by distributing questionnaires to Scarlett Whitening consumers. The number of samples in this study were 110 consumers who were willing to fill out a questionnaire. The data collection technique uses a questionnaire with a Likert scale which has 5 alternative answers. The method used in this research is a quantitative method. The population in this study were Instagram followers of Scarlett Whitening respondents using a non-probability sampling technique. For data analysis techniques using simple linear regression analysis. Testing the research hypothesis was processed with the SPSS 20 program. The results showed that Brand Ambassador had a positive and significant effect on Purchase Interest for Scarlett Whitening products.

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh niat pembelian scarlett whitening pada media Instagram oleh Brand Ambassador. Penulis penelitian ini membagikan kuesioner kepada pelanggan Scarlett Whitening sebagai bagian dari survei. Penelitian ini menggunakan 110 pelanggan yang bersedia menjawab kuesioner sebagai sampel. Kuesioner dengan skala Likert dan lima kemungkinan jawaban digunakan untuk pengumpulan data. Pendekatan kuantitatif diambil dalam penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah responden Instagram pendukung Scarlett Whitening yang menggunakan strategi pemeriksaan non-kemungkinan. Untuk informasi prosedur pemeriksaan menggunakan pemeriksaan kekambuhan langsung langsung. Program SPSS 20 digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Temuan menunjukkan bahwa minat beli produk Scarlett Whitening dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh Brand Ambassador.