

## ABSTRAK

Ananda Novita Izzmatika, 2024, Peran *Brand Ambassador* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Mytafash\_Up Di Jalan Bonorogo Kabupaten Pamekasan, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing: Uly Mabruroh Halida M.E.

**Kata Kunci:** *Pemasaran, Brand Ambassador, Brand Awareness*

Perkembangan zaman yang semakin maju dan serba digital tentunya memberikan dampak bagi pelaku usaha juga mendapatkan tantangan, perusahaan harus bertransformasi maraknya trend fashion and hijup menjadi tantangan bagi brand *fashion*. Tentunya diperlukan cara untuk membangun kesadaran merek pada Myafash\_Up. Penggunaan *Brand Ambassador* tentu menjadi urgensi penelitian ini, karena jaman sekarang perusahaan dituntut untuk semakin peka pada perkembangan daya tarik konsumen terhadap citra merek apalagi yang masih *newbie*. Memiliki citra merek yang kuat di benak konsuemen sebuah keharusan yang diusahakan untuk membangun reputasi *brand* dari Mytafash\_Up yang masih baru berkembang.

Penelitian pada tugas akhir ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Adapun pengumpulan sumbernya dari data sekunder dan data primer yang didapatkan hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur, teknis yang digunakan *non participant observation* dan dokumentasi sebagai bukti otentik. Informan dari subjek peneltian ini yaitu pemilik usaha atau owner, *brand ambassador*, *customer* dari Mytafash\_Up. Sedangkan, untuk pengecekan keabsahan data dengan perpanjangan keikutsertaan, keajegan pengamatan, dan triangulasi.

Berdasarkan Hasil penelitian yang penulis lakukan yaitu penggunaan *brand ambassador* merupakan salah satu faktor pendukung dalam membangun *brand awareness* ataupun kesadaran merek pada suatu perusahaan. *Brand ambassador* harus memiliki 4 atribut yaitu kesesuaian, transparansi, daya Tarik, power, dan kredibilitas. *Brand ambassador* menjadi penting karena merupakan jembatan antara masyarakat dan pedukung perusahaan untuk mengenalkan produk terkhusus *local brand* dengan kualitas grade A.

Informan sudah mencapai tingkat pengingat kembali atau *brand recall* yang mana penggunaan *Brand ambassador* pada Mytafash\_Up efektif karena dengan perannya bisa memberikan pengingat kepada cutomer terhadap produk baru dari *awareness* masyarakat atas produk. Serta dari peran *brand ambassador* yang digunakan Mytafash\_Up dapat dikatakan efektif, dari *feedback* yang diperoleh dan dirasakan oleh owner dengan berkembangnya usaha baik dari segi permintaan dan *interest* pada produk yang dipasarkan.

**Kata Kunci:** Brand ambassador, Brand awareness, Pemasaran.