***ABSTRACT***

***This research is titled Role Of Brand Ambassador In Improving Customer Interest Wardah Cosmetic In University Islam Bandung (UNISBA).***

***The research method used in this research is descriptive method of analysis with data collection techniques consisting of: literature study and field research. Field research consists of: observation, interview and questionnaire dissemination. Samples used are non-probability samples using purposive sampling technique. Then the data of respondents taken is 100 respondents who become research samples based on advice from mentor.***

***Base on the results of this study concluded taht the Role Of Brand Ambassador In Improving Customer Interest Wardah Cosmetic In University Islam Bandung (UNISBA) lack of effectivebecause there are still some things taht sould be on notice and the increase is less interest to be brand ambassador, less than he makximun contribution to the brand ambassador for in promotion the brand, and lack of understanding to information about producks that have been in publish thought the media.***

***Reccomendasi can be given as an input to the researcher to PT Paragon Technology and Innovation which is expected to maximize the role of the brand ambassador in promoting the brand, increase brand ambassador for young who are on the rise in the entertaiment, as well as add some infrmation about products, especially products skin care to more people know anything about the use of products in accordance with this type of skin.***

**ABSTRAK**

**Penelitian ini berjudul Peran *Brand Ambassador* Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Kosmetik Wardah Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Bandung (UNISBA).**

**Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran *Brand Ambassador* Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Kosmetik Wardah Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Bandung (UNISBA)*.* Serta untuk mengetahui hambatan-hambatan apa saja didalam pelaksanaan peran *Brand Ambassador* tersebut, dan usaha-usaha yang dilakukan untuk menghadapi hambatan tersebut.**

**Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif Analisis dengan teknik pengumpulan data yang terdiri dari : studi kepustakaan dan penelitian lapangan. Penelitian lapangan terdiri dari : observasi, wawancara dan penyebaran angket. Sampel yang digunakan yaitu sampel non-probability dengan menggunakan teknik *purposive sampling.* Maka data responden yang diambil adalah 100 orang responden yang menjadi sampel penelitian berdasarkan saran dari pembimbing.**

**Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa peran *Brand Ambassador* dalam meningkatkan minat konsumen kosmetik Wardah di kalangan mahasiswa Universitas Islam Bandung (UNISBA) masih kurang efektif karena masih terdapat beberapa hal yang harus di perhatikan dan ditingkatkan yaitu kurang ketertarikan publik terhadap *brand ambassador,* kurang maksimalnya peran *brand ambassador* dalam mempromosikan *brand* yang ia wakili, dan kurangnya pemahaman publik terhadap informasi mengenai produk yang telah ditayangkan melalui media.**

**Saran yang bisa diberikan peneliti sebagai masukan untuk PT Paragon Technology and Innovation yaitu diharapkan untuk memaksimalkan peran *brand ambassador* dalam mempromosikan *brand* yang ia wakili, menambah *brand ambassador* muda yang sedang naik daun di dunia *entertaiment*, serta menambahkan informasi seputar produk terutama produk *skin care* agar masyarakat lebih paham tentang kegunaan produk sesuai dengan jenis kulit.**

***RINGKESAN***

***Panalutikan ieu dijudulan “Peran Brand Ambassador Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Kosmetik Wardah Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Bandung (UNISBA)”.***

***Métode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta métode analisis deskriptif sareng pendataan nu diwangun ku: ulikan pustaka jeung widang panalungtikan. Hasil panalungtikan widang ngawengku observasi, wawancara sarta nyebarkeun angket. Sampel anu di angge nya eta sampel non-probability ngagunakeun purposive sampling téknik. Lajeng data réspondén dicandak tina 100 responden anu dipilih salaku sampel dumasar kana saran ti pembimbing.***

***Dumasar analisis éta bisa disimpulkan yén Peran brand ambassador pikeun ningkatkeun minat konsumen kosmetik Wardah di kalangan mahasiswa Universitas Islam Bandung (UNISBA) kirang efektif kumargi masih keneh aya sababaraha rupa anu kedag diperhatikeun sareng di tingkatkeun. Nyaeta kirang karesep publik pikeun/kana brand ambassador, kirang maksimalna peran brand ambassador dina ngapromosikeun brand/merek sareng kirang pahamanan publik pikeun informasi sarupaning produk anu tos ditayangkeun dinu media.***

***Saran anu diteupikeun peneliti kanggo masukan pikeun PT Paragon Technology and Innovation nyaeta dihareupkeun pikeun ngamaksimalkeun peran brand ambassador dina ngapromosikeun brand, nambihan brand ambassador ngora anu nuju naek daun di dunia entertaiment, sareng nambahan informasi sabangsaning produk utamina produk skin care pikeun masyarakat langkung ngartos kagunaan produk sami sareng jenis kulit.***