

ABSTRAK

Pakaian termasuk kebutuhan primer setiap orang dengan kualitas yang bagus dan desain yang menarik tentu akan diminati masyarakat. Dalam revolusi industri 4.0 teknologi digital merupakan modal utama yang menjadi kebutuhan para pemilik usaha yang bertujuan mengembangkan usaha mereka. Indonesia memiliki banyak produk lokal yang terkenal, salah satunya adalah dalam bentuk kaos. Dalam dunia bisnis untuk sebuah bisnis, perusahaan mulai mempromosikan bisnisnya, ada juga pembisnis yang menggunakan popularitas dari seseorang, yang dikenal dengan Brand Ambassador. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui seberapa besar pengaruh Gading Marten sebagai Brand Ambassador terhadap Brand Image Erigo. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu Brand Ambassador dengan sub variabel Visibility, Credibility, Attraction, dan Power. Penelitian ini juga menggunakan variabel dependen yaitu Brand Image dengan sub variabel Strength, Favorable, dan Uniqueness. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling, dengan teknik simple random sampling, dan teknik analisis menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, dan uji hipotesis menggunakan uji T. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Brand Ambassador Gading Marten memiliki pengaruh terhadap Brand Image Erigo 36,9%, dan sebesar 63,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Brand Image, Gading Marten, Erigo