

## ABSTRAK

Industri *fashion* di Indonesia semakin berkembang dan menjadi salah satu industri yang berperang krusial dalam perekonomian Indonesia. Fenomena ini menjadi menarik untuk masyarakat mengingat sebelumnya produk yang berasal atau bersumber dari luar negeri lebih dikenal dan secara tidak langsung menjadikan lebih banyak menarik minat konsumen. Saat ini produk lokal diketahui melejit dibandingkan sebelumnya. Terdapat salah satu contoh *brand* lokal Indonesia yang kini sedang melejit tinggi ialah *brand* Erigo. Erigo merupakan salah satu *brand fashion* ternama di Indonesia yang bergerak pada bidang *fashion* retail. Salah satu *brand ambassador* yang dipilih oleh erigo ialah JKT48. Erigo melihat prestasi – prestasi yang dimiliki JKT48 yang terpampang bukan hanya beprestasi di dalam negeri namun berprestasi di dunia internasional untuk meningkatkan *brand image* yang dimilikinya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana dan seberapa besar pengaruh *brand ambassador* JKT48 terhadap *brand image* Erigo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan survey atau kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* sebanyak 130 responden yang merupakan *followers* atau pengikut media sosial Instagram @erigostore. Berdasarkan hasil penelitian pada uji normalitas, penelitian ini berdistribusi normal. Pada uji hipotesis secara parsial (uji t) penelitian ini terdapat pengaruh *brand ambassador* JKT48 secara signifikan terhadap *brand image* Erigo dengan nilai sebesar 57,7%. Sedangkan sisanya 43,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Brand Ambassador, Brand Image, Erigo*