

ABSTRAK

Kenaikan impor tekstil menyebabkan industri Tekstil dan Produk Tekstil mengalami tekanan besar di pasar domestik sehingga perlu adanya strategi yang efektif. Nirwana Textile telah memanfaatkan penggunaan *brand ambassador* di Instagram dengan memilih Hendy Dion, kredibilitas yang dimiliki *brand ambassador* Hendy Dion menjadi karakteristik penting dalam membentuk *brand image* Nirwana Textile. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas *brand ambassador* Hendy Dion terhadap *brand image* Nirwana Textile. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan survei sebagai instrumen pengumpulan data. Sampel penelitian adalah pengikut akun Instagram @hendydion yang mengetahui Hendy Dion sebagai *brand ambassador*. Proses pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin diperoleh hasil 100 responden. Penelitian ini membuktikan bahwa *brand ambassador* yang kredibel penting dalam membentuk *brand image*, terdapat hubungan kuat (koefisien korelasi 0,861) antara kredibilitas *brand ambassador* dan *brand image*. Pengujian hipotesis menunjukkan hasil H_a diterima dan H_0 ditolak dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $16,758 > 1,984$. Pada uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kredibilitas *brand ambassador* Hendy Dion memiliki kontribusi dalam menjelaskan *brand image* Nirwana Textile sebesar 74,1%. Kredibilitas yang dimiliki *brand ambassador* Hendy Dion mampu membentuk *brand image* positif dengan mempertahankan kejujuran ketika membagikan informasi mengenai Nirwana Textile di dalam Instagram.

Kata Kunci : *Brand ambassador*, *brand image*, kredibilitas, Nirwana Textile, Instagram

ABSTRACT

The rise in textile imports has intensified competition in the domestic Textile and Textile Product industries, requiring the need of effective strategies. Nirwana Textile has utilized Instagram by selecting Hendy Dion as its brand ambassador. Hendy Dion credibility plays a key role in shaping Nirwana Textile's brand image. This study aims to examine the impact of Hendy Dion credibility on the brand's image. Using a quantitative approach with a survey, the research targets followers of Instagram account @hendydion who recognize him as the brand ambassador. The sampling process uses purposive sampling, and the sample size is calculated using the Slovin formula, resulting in 100 respondents. The study finds a strong correlation (0.861) between brand ambassador credibility and brand image. Hypothesis testing shows a significant result with $t_{\text{count}} > t_{\text{tabel}}$ or $16.758 > 1.984$, leading to the acceptance of H_a and rejection of H_o . The coefficient of determination reveals that Dion's credibility explains 74.1% of Nirwana Textile's brand image. The credibility of Hendy Dion as a brand ambassador helps create a positive brand image by maintaining honesty when sharing information about Nirwana Textile on Instagram.

Keywords: *Brand ambassador, brand image, credibility, Nirwana Textile, Instagram*