

# **Pengaruh Brand Ambassador Eric Cantona Terhadap Brand Image CARSOME (Survei Pada Followers Instagram @carsomeindonesia)**

## **ABSTRAK**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Eric Cantona sebagai brand ambassador memiliki pengaruh terhadap brand image CARSOME dan untuk mengembangkan ilmu komunikasi dalam komunikasi pemasaran, khususnya dalam penggunaan brand ambassador untuk brand image. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksplanatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengoleksi data melalui metode survey untuk mengumpulkan data serta informasi yang berkaitan dengan populasi besar menggunakan sampel kecil. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, berdasarkan uji korelasi yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan t hitung sebesar 10,598, maka hasil penelitian menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya Terdapat Pengaruh Brand Ambassador Eric Cantona terhadap Brand Image CARSOME dengan dasar pengambilan keputusan  $T$  Hitung (10,598) >  $T$  Tabel (1,660) atau nilai signifikansi penelitian 0,000 < margin error penelitian (0,05). Hasil penelitian tersebut menunjukkan pengaruh positif dari variabel bebas brand ambassador terhadap brand image. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan, bahwa terdapat Pengaruh Brand Ambassador Eric Cantona terhadap Brand Image CARSOME, pengaruh Brand Ambassador Eric Cantona terhadap Brand Image CARSOME sebesar 53,4%, sementara sisanya yaitu sebesar 56,6% dapat dipengaruhi oleh variabel di luar dari variabel penelitian.

**Kata Kunci:** *Brand Image CARSOME, Brand Ambassador, Komunikasi*

***The Effect of Brand Ambassador Eric Cantona on CARSOME's Brand Image (Survey on Instagram Followers of @carsomeindonesia)***

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to find out whether Eric Cantona as a brand ambassador has an influence on the CARSOME brand image and to develop communication knowledge in marketing communications, especially in the use of brand ambassadors for brand image. The research method used is explanative quantitative research. Data collection techniques are carried out by collecting data through survey methods to collect data and information related to large populations using small samples. The data sources used in this research are primary data and secondary data. The results showed that, based on the correlation test carried out, a significance value of 0.000 was obtained with a T count of 10.598, so the results showed that  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted, meaning that there is an influence of Brand Ambassador Eric Cantona on CARSOME's Brand Image on the basis of decision making  $T \text{ Count } (10.598) > T \text{ Table } (1.660)$  or research significance value of  $0.000 < \text{research margin of error } (0.05)$ . The results of this research indicate the positive influence of the brand ambassador independent variable on brand image. From the research results, it can be concluded that there is an Influence of Brand Ambassador Eric Cantona on the CARSOME Brand Image, the effect of Brand Ambassador Eric Cantona on CARSOME's Brand Image is 53.4%, while the remaining 56.6% can be influenced by variables outside of the research variables.*

**Keywords:** *Brand Image CARSOME, Brand Ambassador, Communication*