

ABSTRAK

Persaingan bisnis di dunia fesyen muslim begitu pesat sehingga membutuhkan strategi *marketing* yang efektif, agar bisnis dapat berkembang dan mampu memenangkan persaingan. Kondisi ini yang mengharuskan setiap *brand* membuat strategi agar bisa bersaing dengan *brand* yang lainnya dan dapat menarik calon konsumennya. Cara melakukan kegiatan promosi salah satunya dengan menggunakan selebriti sebagai *brand ambassador*. *Brand ambassador* merupakan pendukung iklan atau dikenal sebagai bintang iklan dalam mendukung iklan suatu perusahaan. Banyak perusahaan yang menggunakan *brand ambassador* sebagai *brand* pesona untuk menebarkan pesona produk.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dengan menggunakan *brand ambassador* Sabyan Gambus pada Dauky. Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara terhadap *Head of marketing* Dauky, pengamatan atau observasi pada perusahaan Dauky dan dokumentasi perusahaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif.

Hasil dari penelitian ini adalah dapat dilihat dari segi *followers* instagram Dauky, terdapat peningkatan setelah Sabyan Gambus menjadi *brand ambassador*. Dari segi penjualan, terdapat peningkatan penjualan yang dilihat dari banyaknya testimoni yang diberikan oleh konsumen. Dari segi *brand image*, dikatakan meningkat dilihat dari hasil *engagement* melalui instagram overview. Dari hasil tersebut, dapat diketahui bahwa dengan pemilihan Sabyan Gambus sebagai *brand ambassador* Dauky merupakan keputusan yang baik bagi perusahaan.

Kata Kunci : *Manajemen pemasaran, Brand image, Brand ambassador*