

ABSTRAK

Pendidikan merupakan salah satu aspek penting dalam mewujudkan sebuah bangsa yang maju dan berdaya saing. Bersamaan dengan teknologi, proses mencari ilmu ikut berkembang mengikuti arus perubahan zaman. Bantuan internet telah memudahkan kita, khususnya bagi mereka yang memiliki kesulitan dalam mendapatkan fasilitas pendidikan yang layak. Ruangguru hadir sebagai salah satu solusi untuk menyelesaikan masalah ini. Demi terciptanya pendidikan yang memadai, Ruangguru tidak dapat bergantung hanya pada kemajuan teknologi, untuk dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat. Ruangguru harus dapat strategi pemasaran yang tepat, dan menggunakan *celebrity endorser* mungkin dapat menjadi salah satu jawabannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar *celebrity endorser* Iqbaal Ramadhan berpengaruh terhadap *brand equity* aplikasi Ruangguru. Total 100 responden yang merupakan pelajar SMP-SMA, berdomisili di Kota Bandung, dan pengguna aplikasi Ruangguru dengan minimal berlangganan selama 6 bulan. Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan, variable *celebrity endorser* mendapatkan tanggapan sebesar 94,3% yang berada pada kategori sangat baik, sedangkan variable *brand equity* mendapatkan tanggapan sebesar 82,1% yang juga berada pada kategori sangat baik. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *celebrity endorser* Iqbaal Ramadhan berpengaruh sebesar 36,2% terhadap *brand equity* aplikasi Ruangguru, dan selebihnya (63,8%) dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar penelitian ini.

Kata kunci: *celebrity endorser, brand equity*