

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli *platform* jual beli online Shopee Indonesia. Tujuan dilakukannya penelitian ini ialah menganalisis juga mengetahui bagaimana *brand ambassador* Shopee, dan seberapa besar pengaruh *brand ambassador* Shopee secara pengaruh simultan dan pengaruh parsial terhadap minat beli Shopee Indonesia.

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan *sampel* yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode *non probability sampling* yang berjenis *Purposive Sampling*, dan didapatkan hasil jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis deskriptif dan analisis linier sederhana.

Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif variabel *brand ambassador* dan variabel minat beli secara keseluruhan berada dalam kategori sangat baik. Hasil dari teknik analisis regresi linier sederhana *brand ambassador* secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap minat beli Shopee. Besarnya pengaruh dari variabel *brand ambassador* secara bersama-sama sebesar 33,64% terhadap variabel minat beli dan sebesar 66,36% dipengaruhi oleh faktor lain misalnya faktor-faktor yang tidak diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini. Secara pengaruh parsial terhadap variabel *brand ambassador*, variabel daya tarik memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Minat Beli, dan Cristiano Ronaldo