

ABSTRAK

Penelitian ini membahas Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Iqbaal Ramadhan terhadap Minat Beli Ruangguru di Indonesia. Ruangguru merupakan salah satu *platform* pembelajaran daring atau perusahaan teknologi yang berfokus pada layanan berbasis pendidikan terbesar di Indonesia. Manfaat teknologi dibidang pendidikan ini tentunya memudahkan akses belajar dengan model pembelajaran menggunakan sistem *electronic computer* atau disebut *e-learning*. Dengan adanya e-learning ini, tentunya sangat berdampak positif dalam bidang pendidikan, oleh karena itu dengan hadirnya teknologi dan internet maka diperlukan pembelajaran berbasis teknologi agar sistem pendidikan dapat lebih berkembang, memudahkan akses belajar, meningkatkan minat belajar, menambah informasi secara lebih luas serta meningkatkan kemampuan belajar. Platform Ruangguru menjadi bimbingan belajar online dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia, dengan banyaknya pengguna pada platform Ruangguru apakah hal tersebut dipengaruhi oleh kredibilitas seorang *brand ambassador* sehingga pertanyaan tersebut perlu dijawab dalam suatu penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bahwa kredibilitas *brand ambassador* Iqbaal Ramadhan berpengaruh terhadap minat beli Ruangguru di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data analisis deskriptif dan analisis linear sederhana. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kredibilitas *brand ambassador* dan variabel dependennya yaitu minat beli dengan jumlah responden 400 yang merupakan pengguna Ruangguru yang sudah dalam usia dapat menentukan pilihannya sendiri.

Hasil dari penelitian kredibilitas brand ambassador Iqbaal Ramadhan terhadap minat beli Ruangguru di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa kredibilitas brand ambassador dari Iqbaal Ramadhan mampu mempengaruhi konsumen sehingga memunculkan minat beli di Ruangguru. Hasil pengolahan data pada penelitian ini menghasilkan nilai $t_{hitung} 14,944 > t_{tabel} 1,965$ sehingga terdapat pengaruh kredibilitas *brand ambassador* terhadap minat beli pada Ruangguru di Indonesia.

Kata Kunci: Kredibilitas *Brand Ambassador*, Minat Beli, Ruangguru