

## ABSTRAK

Didukung oleh perkembangan *smartphone* dan beragam media sosial yang tersedia, masyarakat saat ini menggunakan internet dan media sosial dalam keseharian. Selain memiliki fungsi informasi, hiburan, sosialisasi, dan aktualisasi diri, media sosial juga digunakan untuk kepentingan bisnis seperti sarana komersial. Adanya celah untuk keperluan berbisnis inilah yang dimanfaatkan perusahaan. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan teknologi internet dan media sosial dalam menjalankan bisnisnya adalah Gojek. Untuk menarik minat konsumen, Gojek melakukan berbagai promosi salah satunya dengan menggunakan Brand Ambassador. Brand Ambassador sering dipilih dari selebrita atau sosok artis yang dianggap dapat mewakili produk. Namun, Gojek menghadirkan program Gocampus Ambassador yang mengajak mahasiswa Indonesia untuk menjadi brand ambassador. Oleh karena itu penulis berminat meneliti pengaruh mahasiswa sebagai brand ambassador terhadap minat ketertarikan mahasiswa Universitas Diponegoro dalam penggunaan Gojek.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam proses pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner. Sebanyak 125 data responden berhasil dikumpulkan untuk diolah menggunakan metode analisis regresi berganda, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji kelayakan model, serta uji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel brand ambassador berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen, (2) variabel digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, (3) variabel benefit online marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, (4) variabel brand ambassador, digital marketing, dan benefit online marketing secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, dan (5) variabel minat beli konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan konsumen.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Gojek, Digital Marketing, Benefit Online Marketing, Minat Beli Konsumen