

ABSTRAK

Somethinc saat ini menjadi salah satu brand yang populer di Indonesia. Somethinc telah mengeluarkan berbagai macam produk tiap bulannya dengan kualitas tinggi dan mempunyai sertifikat halal. Sama seperti bisnis lainnya, Somethinc ingin mengalami peningkatan dalam penjualan produknya namun pada kenyataannya beberapa bulan ini justru terjadi penurunan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Syahrini sebagai *brand ambassador* terhadap minat beli produk Diamond Phyto Stem Cell Serum Somethinc melalui sikap pada iklan sebagai variabel intervening.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Telkom yang mengetahui brand Somethinc. Metode penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel yaitu 100 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui software SmartPLS 4.0.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel brand ambassador dengan nilai 87,36% termasuk kategori sangat baik, variabel minat beli dengan nilai 86,21% termasuk kategori sangat baik dan variabel sikap pada iklan dengan nilai 89,37% termasuk kategori sangat baik, lalu *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap minat beli, *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap sikap pada iklan, sikap pada iklan berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan sikap pada iklan berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli.

Kata kunci: Brand Ambassador, Minat Beli, Sikap Pada Iklan.