

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari Ariel NOAH sebagai *brand ambassador* terhadap loyalitas pengguna layanan Go-Send. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan yakni dengan membagikan kuisisioner kepada 400 responden untuk memperoleh data primer dan studi pustaka melalui literatur jurnal penelitian terdahulu dan buku untuk memperoleh data sekunder. Responden dipilih dengan menggunakan teknik pengambilan sampel probability sampling dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Gojek yang pernah melihat Ariel NOAH sebagai bintang iklan Go-Send dan responden yang tergabung dalam member loyalty Go-Club. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Ariel NOAH sebagai *brand ambassador* terhadap loyalitas pengguna layanan Go-Send. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa *brand ambassador* (X) memberi kontribusi sebesar 39.2% terhadap loyalitas pelanggan (Y). Uji hipotesis parsial (t) menyatakan bahwa H_0 ditolak, terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen *brand ambassador* (X) dengan variabel dependen loyalitas pelanggan (Y).

Kata Kunci: *Brand Ambassador, E-Commerce, Loyalitas Pelanggan*

