

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR JOE TASLIM  
TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PERBAMA UIN  
BANDUNG**

**(Studi Pada Iklan YouTube “Bloopers Joe Taslim Head &  
Shoulders”)**

**ABSTRAK**

**Abstract:** *The use of digital promotions is currently widely used by companies to market their products / services to the wider community in more creative ways. One way is to utilize video-based social media sites such as YouTube. Using the services of famous artists to become a Brand Ambassador has become one of the most frequently used options, as was done by Head & Shoulders. In this study the researchers wanted to find out whether there was an influence in the use of Brand Ambassador Joe Taslim on the buying interest of PERBAMA UIN Bandung students. in Head & Shoulder's advertisements on "Bloopers Joe Taslim" version. This study are using positivism paradigm with a quantitative approach and an associative explanatory survey research method. Using questionnaire as a method of data collection and analyzed using Pearson's Product Moment correlation analysis and Simple Linear Regression data analysis techniques. The results showed that there was an influence of Brand Ambassador Joe Taslim in "Head & Shoulders" advertisements on buying interest.*

**Keywords:** *brand ambassador, buying interest, digital promotion, head & shoulders*

**Abstrak:** *Penggunaan promosi secara digital saat ini banyak digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan produk/jasanya ke masyarakat luas dengan cara yang lebih kreatif. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan situs media sosial berbasis video seperti YouTube. Menggunakan jasa dari artis terkenal untuk menjadi Brand Ambassador pun menjadi salah satu pilihan yang paling sering digunakan, seperti halnya yang dilakukan oleh Head & Shoulders. Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh dalam penggunaan Brand Ambassador Joe Taslim terhadap minat beli mahasiswa PERBAMA UIN Bandung dalam iklan Head & Shoulders versi "Bloopers Joe Taslim". Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif, metode penelitian survei eksplanatif asosiatif. Menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data serta dianalisis menggunakan analisis korelasi Pearson's Product Moment dan teknik analisis data Regresi Linier Sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan Brand Ambassador Joe Taslim dalam iklan "Head & Shoulders" terhadap minat beli.*

**Kata kunci:** *brand ambassador, head & shoulders, minat beli, promosi digital.*