

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel Atribut Jasa terhadap Minat Menggunakan Ruangguru dengan variabel *Brand Ambassador* sebagai variabel Moderating. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 96 orang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner menggunakan google form dan diukur dengan skala likert. Teknik pengujian data yang digunakan meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji R-square dan uji hipotesis dengan boostsratpping dengan bantuan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Atribut Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Ruangguru, *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Ruangguru, Atribut Jasa yang dimoderasi *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Ruangguru.

**Kata kunci :** Atribut Jasa, *Brand Ambassador*, Minat Menggunakan

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the effect of the Service Attribute variable to using Ruangguru with the Brand Ambassador variable as the Moderating variable. This research is a quantitative research with a sample of 96 people. The Data collection methods was done by distributing questionnaires using google form and measured by Likert scale. The data testing techniques used include validity and reliability tests, R-square tests and hypothesis testing with booststrapping with the help of SmartPLS 3.0. The research results showed that The Service Attributes had a positive and significant effect on Interest in Using Ruangguru, Brand Ambassador had a positive and significant effect to Using Ruangguru, Service Attributes moderated by Brand Ambassador had a positive and significant effect to Using Ruangguru.*

**Keywords :** *Service Attributes, Brand Ambassador, Interest in Using*