

ABSTRAK

Fenomena Korean wave saat ini telah menjadi sebuah trend dalam memanfaatkan strategi marketing. Dapat dilihat dengan banyaknya situs e-commerce di Indonesia yang telah menggunakan *brand ambassador* Korea Selatan. Shopee Sendiri telah menggunakan *brand ambassador* dengan memilih *boy group* asal Korea Selatan yaitu Stray Kids. Tidak hanya itu, Shopee juga memberikan sebuah promo gratis ongkir dan memberikan *cashback* kepada penggunanya sehingga hal tersebut akan memberikan kesan baik terhadap Shopee sehingga terbentuklah sebuah *brand image* dari masyarakat terhadap Shopee yang baik. Dengan adanya trend *brand ambassador* dan *brand image* diharapkan dapat membantu memberi keputusan pembelian pada Shopee Indonesia. Dengan banyaknya trend menggunakan *brand ambassador* dan *brand image* dalam melakukan pemasaran, penelitian ini dibuat dengan tujuan agar dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *brand ambassador* dan *brand image* Shopee sendiri.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Teknik pengambilan data dengan menyebarkan kuisioner kepada empat ratus responden dan pengumpulan data primer dengan teknik samplingnya adalah purposive sampling. Responden yang akan terlibat adalah pengguna Shopee yang mengetahui *brand ambassador* Stray Kids.

Hasil pada penelitian yang dilakukan ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *brand ambassador* dan brand image terhadap keputusan pembelian secara parsial berdasarkan uji hipotesis (uji t), namun tidak ada pengaruh antara *brand ambassador* terhadap perilaku keputusan pembelian secara parsial.

Kata Kunci: E-Commerce, Brand Ambassador, Stray Kids, Brand Image, Keputusan Pembelian, Korean Wave.