

ABSTRAK

Whitelab merupakan merek local perawatan kulit di Indonesia. Pemilihan Oh Sehun sebagai *brand ambassador* Whitelab mempengaruhi tingkat penjualan. Selain itu, Whitelab juga mengadakan *special event* jumpa penggemar dengan Oh Sehun agar produknya dikenal oleh kalangan masyarakat dan mempertahankan loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelaksanaan *special event fan meeting* Oh Sehun terhadap citra merek Whitelab. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian didapatkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*, sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *special event* terhadap citra merek sebesar 38,44%, sedangkan 61,56% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dimensi *personal interaction* dan *intangibility* paling berpengaruh terhadap citra merek.

Kata Kunci: *Special Event*, Citra Merek, *Fan Meeting*, Oh Sehun, Whitelab.