

ABSTRAK

Saat ini minat terhadap budaya populer Korea sangat tinggi di Indonesia, hal tersebut memberikan pengaruh baru terhadap dunia bisnis. Salah satunya yaitu mempromosikan produk dengan menggunakan *brand ambassador* Korea Selatan. Hal ini memicu berbagai perusahaan brand lokal kecantikan bersaing untuk memikat konsumen dengan memanfaatkan strategi marketing *brand ambassador* untuk mempromosikan produknya. Whitelab sendiri menjadi salah satu brand lokal kecantikan yang telah menggunakan *brand ambassador* yang dimana memilih Oh Seun dari *boy group* EXO asal Korea Selatan. Tentu saja hal berikut mendapatkan kesan positif dari masyarakat terhadap *brand image* whitelab. Sehingga whitelab mengeluarkan strategi dengan membuat bundle skincare yang bernama “Sehun Favorite Packages” yang secara eksklusif di jual pada platform e-commerce Shopee. Pada packages tersebut berisikan skincare whitelab, photocard bertanda tangan Oh Seun, serta 30 golden ticket yang dimana apabila mendapatkannya akan fan meeting bersama Oh Seun. Dengan konsep tersebut tentu saja diharapkan masyarakat dapat melakukan *impulse buying* pada produk Whitelab. Banyaknya trend pemasaran yang menggunakan brand ambassador dan brand image pada penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah brand ambassador dan brand image whitelab berpengaruh signifikan.

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis kausal. Non-probability sampling dengan purposive sampling digunakan dalam pengambilan sampel. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online. Jumlah responden yang dibutuhkan untuk penelitian ini yaitu 400 responden yang telah melakukan pembelian impulsif produk whitelab pada e-commerce shopee. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Smartpls 3.0 yang menghasilkan pengujian outer dan inner model. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa brand ambassador secara signifikan mempengaruhi perilaku impulse buying secara langsung melalui brand image.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Brand image, Impulse Buying, Oh Seun, E-commerce.