

ABSTRAK

Athena merupakan klinik kecantikan lokal milik seorang dokter kulit yaitu dr. Richard lee, MARS, Ph.D., Dipl. AAAM. Beliau juga aktif dimedia sosial terutama youtube dengan konsep kontennya mengedukasi tentang kecantikan dan produk perawatan. Oleh karena itu ia mendirikan sebuah klinik kecantikan yang memiliki standar yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image, dan Brand Ambassador* terhadap keputusan penggunaan jasa klinik kecantikan Athena. Studi kasus dalam penelitian ini adalah Pengguna jasa klinik kecantikan athena diseluruh indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 400orang. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image, dan Brand Ambassador* Berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara Parsial dan Srimultan.