

ABSTRAK

Internet sangat membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya, termasuk dalam hal perekonomian. Salah satu contohnya yaitu pada industri perdagangan digital seperti *E-commerce*. Perkembangan fenomena Korean wave dimanfaatkan oleh banyak perusahaan di Indonesia sebagai strategi pemasaran. Tokopedia merupakan salah satu aktor besar dalam industri *ecommerce* di Indonesia yang memanfaatkan Korean wave dalam strategi pemasaran. Tokopedia menjadikan BTS dan Blackpink yang merupakan bintang besar dari Korea Selatan sebagai *Brand Ambassador*. Selain itu, Tokopedia menyediakan berbagai macam promo dan *cashback* untuk membentuk *brand image* yang baik kepada masyarakat. Penggunaan *brand ambassador* dan *brand image* dalam strategi pemasaran diharapkan dapat membantu mempengaruhi keputusan pembelian pada *ecommerce* Tokopedia. Dengan adanya penggunaan *brand ambassador* dan *brand image* ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *brand ambassador* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada *ecommerce* Tokopedia.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Teknik pengambil data dengan menyebarkan kuesioner kepada empat ratus responden dan pengumpulan data primer dengan teknik sampling. Responden yang terlibat yaitu pengguna Tokopedia yang mengetahui *brand ambassador* BTS dan Blackpink.

Hasil pada penelitian 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, Brand Image, Keputusan Pembelian.*