

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Korean Wave* dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek Pada Bukalapak. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengetahui bahwa son jong ki adalah brand ambassador dan son jong ki membawa pengaruh brand ambassador dan pernah membeli di Bukalapak dengan minimum pembelian dua kali dalam waktu empat bulan terakhir yang berusia 16 sampai > 35 tahun. Metode pengambilan melalui teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 160 orang. Alat statistik yang digunakan adalah *Path Analysis* (Analisis Jalur). Pengolahan data menggunakan *software* Statistik. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa *Korean Wave* berpengaruh positif terhadap Citra Merek sejalan dengan *Brand Ambassador* berpengaruh positif terhadap Citra Merek. Kemudian Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan *Korean Wave* dan *Brand Ambassador* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Citra Merek menjadi variabel *intervening* bagi *Korean Wave* dan *Brand Ambassador*.

Kata Kunci: *Korean Wave*, *Brand Ambassador*, Citra Merek, Keputusan Pembelian