

ABSTRAK

PENGARUH *KOREAN WAVE*, *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT

Oleh

Ade Irma

Penelitian ini memiliki tujuan (1) untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh *Korean Wave* terhadap Keputusan Pembelian, (2) Untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian, (3) Untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett, (4) Untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh *Korean Wave*, *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif melalui metode survei dengan jenis penelitian hubungan kausal yang menggunakan sumber data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui *Google Form*. Teknik pengolahan data menggunakan teknik *non-probability* dengan *purpose sampling*. Sampel yang digunakan merupakan bagian dari penggemar *Korean Wave* yang menyebar diseluruh Indonesia dengan jumlah 184 responden. Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan data regresi analisis linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *korean wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett.

Kata Kunci: *Korean Wave*, *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian