

RINGKASAN

Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui pengaruh *brand ambassador* K-POP terhadap keputusan pembelian yang menggunakan *brand awareness* sebagai variabel mediasi pada pengguna *e-commerce* Shopee di FEB UNSOED. Sampel pada penelitian ini sebanyak 108 konsumen. Menurut penelitian yang telah dilakukan menggunakan software SPSS analisis regresi sederhana diperoleh hasil penelitian sebagai berikut : (1) Terdapat pengaruh positif *brand ambassador* K-POP terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee pada Mahasiswa FEB UNSOED (2) Terdapat pengaruh positif *brand ambassador* K-POP terhadap *brand awareness* pada *e-commerce* Shopee pada Mahasiswa FEB UNSOED (3) Terdapat pengaruh positif *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee pada Mahasiswa FEB UNSOED (4) *Brand awareness* merupakan variabel mediasi pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEB UNSOED. Implikasi dalam penelitian ini adalah: (1) Implikasi Manajerial. Kedepannya Shopee dapat menggunakan *brand ambassador* K-POP *idol* yang sedang di puncak popularitas dengan *attitude* dan citra yang baik di masyarakat sesuai dengan *trend* yang berjalan untuk meningkatkan *brand awareness* yang akan berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen. (2) Implikasi Teoritis. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah pembahasan tentang Shopee seperti variasi games Shopee yang menarik, koin reward, voucher diskon dan gratis ongkir Shopee yang menjadi daya tarik konsumen menggunakan shopee berdasarkan dari jawaban responden.

Kata Kunci: Brand Ambassador, Brand Awareness, dan Keputusan Pembelian.

SUMMARY

This study aims to determine the effect of K-POP brand ambassadors on purchasing decisions using brand awareness as a mediating variable for Shopee e-commerce users at FEB UNSOED. The sample in this study were 108 consumers. According to research that has been carried out using the SPSS simple regression analysis software, the following research results are obtained: (1) There is a positive influence of K-POP brand ambassadors on purchasing decisions on e-commerce Shopee for FEB UNSOED students (2) There is a positive influence of K-POP brand ambassadors -POP on brand awareness in e-commerce Shopee for FEB UNSOED students (3) There is a positive influence of brand awareness on purchasing decisions on e-commerce Shopee for FEB UNSOED students (4) Brand awareness is a mediating variable for the influence of brand ambassadors on purchasing decisions for students FEB UNSOED. The implications of this research are : (1) Managerial implications. In the future Shopee can use the K-Pop Idol brand ambassador which is at the peak of popularity with good attitude and image in the community in accordance with the current trend to increase brand awareness that will affect the consumer purchasing decision. (2) Theoretical implication. For further researchers, it is expected to add discussions about Shopee such as Variations in Attractive Shopee Games, Reward Coins, Discount Vouchers, and Shopee's FREE Postage which is the attraction of consumers using Shopee based on respondents' answers.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Awareness, and Purchase Decision.*