

ABSTRAK

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *KOREAN WAVE*, DAN
BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE DI *MARKETPLACE SHOPEE* PADA
MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN ILMU
PENGETAHUAN SOSIAL FKIP
UNIVERSITAS LAMPUNG**

OLEH

REZA WIDYA NINGRUM

Penggunaan Internet dan media sosial telah mengubah perilaku konsumen, terutama dalam hal pembelian *online*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Viral Marketing*, *Korean wave*, dan *brand Ambassador* terhadap keputusan pembelian *online* di *marketplace* Shopee pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif-verifikatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *simple random sampling*, terhadap 84 responden yang merupakan Mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Lampung Angkatan 2020 dan 2021 sebagai pengguna internet aktif dan sering berbelanja *online* di *marketplace* Shopee. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear sederhana dan regresi linear berganda dan diolah menggunakan aplikasi SPSS 25 untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (*viral marketing*, *Korean wave*, *brand Ambassador*) dan variabel dependen (keputusan pembelian *online*) yang telah diputuskan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Viral Marketing*, *Korean Wave*, dan *Brand Ambassador* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian *online* di *marketplace* Shopee. *Korean Wave* muncul sebagai pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian *online* di *marketplace* ini, diikuti oleh *Viral marketing* dan *Brand Ambassador*.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian, *Korean Wave*, Perilaku Konsumen, Strategi Pemasaran, *Viral Marketing*.

ABSTRAC

THE INFLUENCE OF VIRAL MARKETING, KOREAN WAVE, AND BRAND AMBASSADOR ON ONLINE PURCHASE DECISIONS IN THE SHOPEE MARKETPLACE FOR EDUCATION STUDENTS SOCIAL SCIENCES FKIP UNIVERSITY OF LAMPUNG

By

REZA WIDYA NINGRUM

The use of the Internet and social media has changed consumer behavior, especially when it comes to online purchases. The aim of this research is to determine the influence of Viral Marketing, Korean Wave, and the Brand Ambassador on online purchasing decisions on the Shopee marketplace among students of the Social Sciences Education Department, FKIP, University of Lampung. The research method used was descriptive-verification with a sampling technique, namely simple random sampling, of 84 respondents who were active students of the Social Sciences Education Department, FKIP, University of Lampung class of 2020 and 2021 as active internet users and often shopped online at the Shopee marketplace. Data analysis was carried out using simple linear regression and multiple linear regression and processed using the SPSS 25 application to find out how much influence the independent variables (viral marketing, Korean wave, Brand Ambassador) and dependent variables (online purchasing decisions) had. The results of this research show that Viral Marketing, Korean Wave, and Brand Ambassadors have an influence on online purchasing decisions on the Shopee marketplace. Korean Wave emerged as the biggest influence on online purchasing decisions in this marketplace, followed by Viral marketing and Brand Ambassador.

Keywords : *Brand Ambassador, Purchase Decision, Korean Wave, Consumer Behavior, Marketing Strategy, Viral Marketing.*