

ABSTRAK

Pengertian dari e-commerce adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser web untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk. Kemunculannya berbagai e-commerce membuat semua elemen masyarakat dapat memilih marketplace yang nyaman dan baik serta kompetible untuk melakukan pembelian. Dimulai dari berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sampai melakukan pembelian yang tidak terduga untuk memenuhi kebutuhan. Dengan berbagai macam marketplace e-commerce yang bermunculan pada saat ini salah satunya JD.ID, Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Lazada dll. Lazada memutuskan Lee Min Ho untuk menjadi *brand ambassador* perusahaan karena Lee Min Ho merupakan aktor terkenal yang berasal dari Korea Selatan. Lee Min Ho dilahirkan pada 22 Juni 1987. Lee Min Ho sendiri telah dikenal sebagai model dan pernah mendapatkan penghargaan “*MTN Broadcast Advertisement Festival : Most Popular Advertisement Model*”. Selain *brand ambassador*, Lazada juga menggunakan potongan harga atau *discount* untuk menarik pelanggan untuk mencapai kesuksesan dalam persaingan. Agar mencapai kesuksesan tersebut, maka setiap perusahaan harus terus berusaha untuk menghasilkan dan menyampaikan produk yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas dan menarik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh brand ambassador dan discount terhadap keputusan pembelian Lazada di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif kausal. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan sampel dengan metode *nonprobability sampling* dengan teknik purposive sampling karena hanya sampel tersebut yang dapat mewakili atau memberikan informasi untuk menjawab masalah penelitian. Jumlah responden masyarakat kota Bandung sebanyak 400 orang berusia antara 16 sampai 50 tahun. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan pada analisis deskriptif terhadap *Brand Ambassador* sebesar 88,52% masuk kedalam kategori sangat baik, *Discount* sebesar 92% masuk kedalam kategori sangat baik untuk Keputusan Pembelian sebesar 84,02% termasuk kedalam kategori baik. Secara parsial, *Brand Ambassador* dan *Discount* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Lazada di Kota Bandung. Secara simultan, terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *Brand Ambassador* dan *Discount* signifikan terhadap Keputusan Pembelian Lazada di Kota Bandung.

Kata Kunci : E- Commerce, Brand Ambassador, Discount, Keputusan Pembelian