

ABSTRAK

Dengan adanya kemajuan teknologi yang beriringan pula dengan munculnya berbagai macam platform *e-commerce* yang ada di Indonesia, persaingan antar *e-commerce* menjadi semakin ketat dan hal tersebut memaksa perusahaan untuk dapat menciptakan strategi baru yang efektif untuk memenangkan hati konsumen. Salah satu strategi yang digunakan oleh *marketplace* adalah menggunakan Duta Merek untuk meningkatkan Citra Merek yang kemudian bertujuan untuk meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Tokopedia yang berdomisili di Kota Semarang sejumlah 182 responden. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan secara luring di Kota Semarang dan kemudian diolah serta dianalisis menggunakan program SPSS dan AMOS.

Hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Popularitas dan Kredibilitas Duta Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian, serta Citra Merek yang juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Duta Merek, Citra Merek, *E-commerce*, Keputusan Pembelian