

ABSTRAK

Pengaruh *Celebrity Endorsment*, *Citra Merek*, dan *Kepercayaan Merek* terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening

Kesehatan kulit dan wajah merupakan hal yang paling sering diperhatikan oleh kalangan, baik wanita maupun pria, karena kulit dan wajah merupakan bagian yang sangat terlihat dalam segi penampilan yang harus dirawat dan dijaga. Dalam beberapa tahun ini produk perawatan kulit dan wajah semakin berkembang seiring berjalannya waktu, hal ini dapat dilihat dengan adanya beberapa produk *skincare* yang terus bersaing untuk menarik perhatian masyarakat khususnya di kalangan wanita, bahkan diantaranya masih berbentuk UMKM salah satunya adalah *Scarlett Whitening*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsment* terhadap keputusan pembelian, pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian Konsumen Scarlett Whitening Bandar Lampung. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan *Celebrity Endorsment* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (H1 diterima). Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (H2 diterima). Kepercayaan Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (H3 diterima).

Kata Kunci : *Celebrity Endorsment*, Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence Of Celebrity Endorsment, Brand Image, And BrandTrust On The Purchase Decision Of Scarlett Whitening

The health of the skin and face is the most common concern among both women and men, because the skin and face are very visible parts in terms of appearance that must be cared for and cared for. In recent years skin and facial care products have developed over time, this can be seen by the existence of several skincare products that continue to compete to attract public attention, especially among women, even among them are still in the form of MSMEs, one of which is Scarlett Whitening. This study aims to determine the effect of celebrity endorsements on purchasing decisions, the effect of brand image on purchasing decisions, the effect of brand trust on consumer purchasing decisions of Scarlett Whitening Bandar Lampung. The sample in this study are consumers. This study uses multiple linear regression and the sample used is 100 people. The results of this study indicate that celebrity endorsements have a positive effect on purchasing decisions (H1 is accepted). Brand image has a positive effect on purchasing decisions (H2 is accepted). Brand Trust has a positive effect on Purchase Decision (H3 is accepted).

Keywords: Celebrity Endorsement, Brand Image, Brand Trust and Purchase Decision