

ABSTRAK

Tria Aulia Ananda, 17218134

Pengaruh Brand Ambassador, Online Customer Review, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening

Perubahan gaya hidup dalam berpenampilan dan merawat tubuh bagi pria maupun wanita dan kesadaran masyarakat akan pentingnya merawat kulit wajah. Penggunaan skincare merupakan hal penting sehingga dapat mengatasi permasalahan yang dialami serta menjaga kesehatan kulit wajah, salah satunya yaitu Scarlett Whitening. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Brand Ambassador, Online Customer Review, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening baik secara parsial maupun simultan.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarluaskan kuesioner kepada konsumen yang telah melakukan pembelian *scarlett whitening* yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dan teknik yang digunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Tahapan pengujian yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t (parsial) dan uji F (simultan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Ambassador, Online Customer Review, dan Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. Variabel *Brand Ambassador, Online Customer Review* dan *Digital Marketing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening.

Kata kunci : *Brand Ambassador, Digital Marketing* Keputusan Pembelian ,*Online Customer Review*

(xiii + 81 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2009-2021)