

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek, *celebrity endorser*, dan *online consumer review* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk scarlett whitening di kota Semarang. variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan citra merek, *celebrity endorser*, dan *online consumer review* sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 130 orang berdomisili di Semarang yang pernah membeli produk scarlett whitening.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* menggunakan kuesioner untuk metode pengumpulan data. Analisis yang digunakan merupakan Analisis Linier Berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS 25. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, *celebrity endorser*, dan *online consumer review* memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian pada produk scarlett whitening.

Kata kunci : citra merek, *celebrity endorser*, *online consumer review*, keputusan pembelian