

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Penggunaan *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Scarlett Whitening (Studi Pada Pengguna Produk Scarlett Whitening di Kota Semarang). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1), Citra Merek (X_2), dan *Celebrity Endorsement* (X_3), serta variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (γ).

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 responden yang merupakan wanita berusia 17-54 tahun yang pernah melakukan pembelian produk kecantikan Scarlett Whitening di Kota Semarang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*. Adapun metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner online melalui *google form*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan SmartPLS 3.0 sebagai alat analisis.

Hasil pengujian statistik dengan menggunakan p-value 0,05 menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Citra Merek, Celebrity Endorsement, Keputusan Pembelian*