

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, implementasi brand ambassador, dan ulasan konsumen online terhadap pengambilan keputusan pembelian produk skincare Scarlett Whitening di Kota Semarang.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk Skincare Scarlett Whitening di Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 145 responden dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Penelitian ini menguji hipotesis dengan analisis regresi linear berganda, yang diolah melalui perangkat lunak IBM *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 26.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian. Selanjutnya, implementasi brand ambassador berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian. Dan terakhir, ulasan konsumen online berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian pada produk skincare Scarlett Whitening di Kota Semarang.

Kata kunci: Kualitas Produk, Implementasi *Brand Ambassador*, Ulasan Konsumen *Online*, Pengambilan Keputusan Pembelian