

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan dimana konsumen untuk memilih atau memutuskan membeli sebuah produk tertentu, dengan demikian keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi dengan beberapa faktor seperti kualitas produk, *celebrity endorser*, dan kepercayaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *celebrity endorser*, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *Body Lotion* scarlett. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh dari konsumen yang membeli *Body Lotion* Scarlett. Saat menentukan sampel dengan jumlah 60 responden menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang membeli *Body Lotion* Scarlett dan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan *celebrity endorser* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *Body Lotion* Scarlett, sedangkan variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *Body Lotion* Scarlett. Dengan nilai determinasi sebesar 58,8% sedangkan sisanya yaitu 43,3% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi, harga, citra merk, *brand trust*, kualitas pelayanan, dll.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Celebrity Endorser*, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Purchase decision is a decision where consumers choose or decide to buy a particular product, thus consumer purchasing decisions can be influenced by several factors such as product quality, celebrity endorser, and trust. This study aims to determine the effect of product quality, celebrity endorser, and trust on purchasing decisions Scarlett Body Lotion. The method used in this research is quantitative. The data obtained in this study were obtained from consumers who bought Body Lotion Scarlett. When determining the sample with a total of 60 respondents using non-probability sampling with accidental sampling technique. Data were obtained by distributing questionnaires to consumers who bought Scarlett Body Lotion and then analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The test results in this study indicate that the product quality variable and celebrity endorser have a significant influence on the purchasing decision of Scarlett Body Lotion, while the trust variable does not have a significant influence on the purchasing decision of Scarlett Body Lotion. With a determination value of 58.8% while the remaining 43.3% purchasing decisions are influenced by other variables not examined in this study such as promotion, price, brand image, brand trust, service quality, etc.

Keywords: Product Quality, Celebrity Endorser, Trust and Purchase Decision