

**ABSTRAK****Aisyah Syamara Putri, 1720210043, PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *PRICE PERCEPTION*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI KECAMATAN KALIWUNGU KABUPATEN KUDUS**

Scarlett Whitening merupakan salah satu brand kosmetik lokal yang penjualannya mencakup hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Scarlett Whitening didirikan oleh Felicya Angelista pada tahun 2017. Dengan mengusung tema “Reveal Your Beauty” Scarlett memiliki berbagai jenis produk kosmetik yang berfokus pada menjaga kesehatan kulit dan mencerahkan yang dapat digunakan untuk wajah, tubuh, maupun rambut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pada *celebrity endorser*, *price perception*, dan *brand image* terhadap perilaku pembelian produk Scarlett Whitening di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus.

Penelitian ini merupakan penelitian berbasis lapangan (*field research*), dengan menggunakan data primer. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan metode yang digunakan yaitu metode kuesioner. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampling acak (*simple random sampling*). Sampel kuesioner dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Setelah dilakukan analisis pada sampel kuesioner, didapatkan hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Variabel *Celebrity endorser* berdasarkan analisis yang dilakukan memiliki hasil berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian produk Scarlett Whitening di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus. 2) Variabel *Price perception* berdasarkan analisis yang dilakukan memiliki hasil tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian produk Scarlett Whitening di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus. 3) Variabel *Brand image* berdasarkan analisis yang dilakukan memiliki hasil berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian produk Scarlett Whitening di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus.

Kata Kunci: *celebrity endorser*, *price perception*, *brand image*, dan perilaku pembelian