

ABSTRAKSI

Yohana Devi Chofifah, 1820210088, “Pengaruh *Brand Image*, Harga Produk, dan *Celebrity Endorsment* terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2018 IAIN Kudus)”.

Brand Image mempunyai peran penting dalam sebuah pemasaran dalam produk karena *brand image* menjadi ciri dari produk yang muncul dalam benak masyarakat umum. Harga produk juga hal penting dengan perusahaan sudah menetapkan harga jual yang ditawarkan oleh para konsumen atau masyarakat. Jika *brand image* dan harga produk sudah bagus dalam produk maka ada yang namanya pemasaran atau promosi dengan melalui *celebrity endorsment* dimana perusahaan menggunakan aktris atau selebriti untuk mengiklankan produk perusahaan, dan tugas selebriti ini untuk menginformasikan, memperkenalkan produk ini kepada masyarakat. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, harga produk, dan *celebrity endorsment* terhadap minat beli. Penelitian ini menggunakan metode survei (kuesioner) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, koefisien determinan, uji t, dan uji f.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* tidak ada pengaruh signifikan terhadap minat beli produk scarlett dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,581 < 1,664$. Harga produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli produk scarlett whitening dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,486 > 1,664$. Dan *Celebrity Endorsment* mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli produk scarlett whitening dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,853 > 1,664$.

Kata Kunci: *Brand Image*, Harga Produk, *Celebrity Endorsment*