

ABSTRAK

Pengaruh Duta Merek, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening

Felicia Tiffani Kojongian

Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh duta merek, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Scarlett Whitening merupakan merek produk kecantikan yang saat ini sangat populer di kalangan konsumen Indonesia, khususnya anak muda. Dengan menggunakan metode kuantitatif, survei dilakukan pada 180 konsumen yang pernah membeli produk ini. Responden dipilih dengan mempertimbangkan pengalaman mereka dalam menggunakan produk Scarlett Whitening, sehingga hasil yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang representatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa duta merek, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari ketiga variabel yang diteliti, kualitas produk ditemukan sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun duta merek dan citra merek memainkan peran penting, konsumen tetap memberikan perhatian besar pada kualitas produk itu sendiri. Temuan ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata kunci: Duta merek, Citra merek, Kualitas produk, Keputusan pembelian, Scarlett Whitening.