

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, dan Media Sosial terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Konsumen di Gombang Kabupaten Kebumen”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, *celebrity endorser*, dan media sosial terhadap minat beli produk Scarlett Whitening pada konsumen di Gombang Kabupaten Kebumen.

Hipotesis dalam penelitian ini :

1. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Scarlett Whitening pada konsumen di Gombang Kabupaten Kebumen.
2. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Scarlett Whitening pada konsumen di Gombang Kabupaten Kebumen.
3. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Scarlett Whitening pada konsumen di Gombang Kabupaten Kebumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Scarlett Whitening yang berada di Gombang Kabupaten Kebumen yang tidak diketahui jumlahnya, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t.

Berdasarkan analisis statistik yang diperoleh persamaan regresi : $Y = 3.559 + 0.571 X_1 + 0.483 X_2 + 0.235 X_3 + e$. Hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama yang menyatakan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, diterima.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, diterima.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan media sosial berpengaruh terhadap minat beli, diterima.

Implikasi dari penelitian ini adalah : 1) Perusahaan Scarlett Whitening diharapkan agar terus menjaga dan mempertahankan *image* perusahaan dengan menambah kualitas produk yang baik dan cocok untuk diaplikasikan ke semua jenis kulit yang membutuhkan berdasarkan *skin type*, dan membuat produk selalu dinanti. 2) Perusahaan Scarlett Whitening harus lebih memperhatikan dan meningkatkan kembali mengenai *celebrity endorser* yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. 3) Perusahaan Scarlett Whitening sebaiknya lebih kreatif dan menciptakan strategi-strategi promosi terbaru melalui media sosial.

Kata kunci : *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, Media Sosial, dan Minat Beli

SUMMARY

This research is entitled "The Influence of Brand Image, Celebrity Endorser, and Social Media on Interest in Buying Scarlett Whitening Products in Consumers in Gombong, Kebumen Regency". The purpose of this study was to determine and analyze the effect of brand image, celebrity endorser, and social media on consumer buying interest in Scarlett Whitening products in Gombong, Kebumen Regency.

The hypothesis in this study:

- 1. Brand image has a positive and significant effect on buying interest in Scarlett Whitening products to consumers in Gombong, Kebumen Regency.*
- 2. Celebrity endorsers have a positive and significant effect on consumers' buying interest in Scarlett Whitening products in Gombong, Kebumen Regency.*
- 3. Social media has a positive and significant effect on consumers' buying interest in Scarlett Whitening products in Gombong, Kebumen Regency.*

The population in this study is the unknown number of consumers of Scarlett Whitening products in Gombong, Kebumen Regency, with a sample of 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis using multiple linear regression and hypothesis testing using t test.

Based on statistical analysis obtained the regression equation: $Y = 3.559 + 0.571 X_1 + 0.483 X_2 + 0.235 X_3 + e$. The results of hypothesis testing are as follows:

- 1. The first hypothesis which states that brand image has a positive and significant effect on purchase intention is accepted.*
- 2. The second hypothesis, which states that celebrity endorsers have a positive and significant effect on buying interest, is accepted.*
- 3. The third hypothesis, which states that social media has an effect on buying interest, is accepted.*

The implications of this research are: 1) The Scarlett Whitening Company is expected to continue to maintain and maintain the company's image by adding good product quality and suitable for application to all skin types that need it based on skin type, and making products always awaited. 2) The Scarlett Whitening Company should pay more attention and improve the celebrity endorser according to the needs of the community. 3) Scarlett Whitening company should be more creative and create new promotion strategies through social media.

Keywords: Brand Image, Celebrity Endorser, Social Media, and Buying Interest