

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT  
WHITENING* DI BALI**

**ABSTRAK**

Salah satu *brand* produk kecantikan lokal di Indonesia yaitu Scarlett Whitening. Scarlett Whitening merupakan *brand* yang berasal dari Indonesia yang berdiri pada tahun 2017. Salah satu pengaruh brand kecantikan ini menjadi salah satu keputusan pembelian konsumen dikarenakan harga dan kualitas yang diberikan sesuai dengan kebutuhan konsumen di Indonesia khususnya di Bali. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mengenai Keputusan Pembelian, terdapat Brand Ambassador, Brand Image dan Persepsi Harga yang menjadi faktor dalam keputusan pembelian produk scarlett whitening di Bali.

Lokasi penelitian mengenai salah satu produk kecantikan yaitu Scarlett Whitening. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan sampel yang digunakan adalah 140 responden yang diambil dari konsumen di Bali yang pernah melakukan pembelian Scarlett Whitening. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrument pilot test, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji F (F-test), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji t (t-test).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan, secara parsial, berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian

**Kata Kunci: Keputusan Pembelian, *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Persepsi Harga**

UNMAS DENPASAR