

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
*INTENTION TO BUY* PADA PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI  
KASUS PADA *FOLLOWERS* RACHEL VENNYA).

Marlini

Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dudi Anandya

ABSTRAK

Produk Scarlett Whitening merupakan salah satu produk kecantikan terkenal pada saat ini, produk ini pernah di *review* oleh Rachel Vennya yang merupakan salah satu artis tanah air yang memiliki jutaan pengikut pada media sosial milik dia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap *intention to buy* pada produk Scarlett Whitening. Penelitian ini dilakukan pada pengikut Rachel Vennya yang memiliki media sosial. Metode *Purposive Sampling* digunakan dalam penelitian ini, sampel dikumpulkan berjumlah 400 responden menggunakan rumus slovin dalam penentuan sampelnya. Hasil menunjukkan bahwa *celebrity endorser* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to buy* pada produk Scarlett Whitening dengan nilai  $\alpha = 5\%$ .

Kata Kunci: *Celebrity Endorser, Brand Image, Intention to Buy*

THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER AND BRAND IMAGE ON  
INTENTION TO BUY IN SCARLETT WHITENING PRODUCTS (CASE  
STUDY ON RACHEL VENNYA'S FOLLOWERS).

Marlini

Management/Marketing Management

Dudi Anandya

ABSTRACT

*Scarlett Whitening products are one of the most popular beauty products at the moment. This product was reviewed by Rachel Vennya, who is a country artist who has millions of followers on her social media. This study aims to analyze how the influence of celebrity endorsers and brand image on the intention to buy on Scarlett Whitening products. This research was conducted on Rachel Vennya followers who have social media. Purposive Sampling method was used in this study, the sample was collected totaling 400 respondents using the slovin formula in determining the sample. The results show that celebrity endorsers and brand image have a positive and significant effect on the intention to buy Scarlett Whitening products at the alpha level of 5%.*

*Keywords: Celebrity Endorser, Brand Image, Intention to Buy.*