

## ABSTRAK

**Olivia Rahma Aulia** : **Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Consumer Perception Of Quality* Dan *Brand Loyalty* Terhadap *Purchase Intention* Produk *Body Lotion Scarlett Whitening***  
**18059132/2018**

**Dosen Pembimbingan** : **Gesit Thabrani, S.E, M.T**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Consumer Perception of Quality* dan *Brand Loyalty* terhadap *Purchase Intention* produk *Body lotion Scarlett Whitening* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Padang. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Padang yang memiliki niat beli terhadap produk *body lotion Scarlett Whitening*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Alat analisis menggunakan Smart PLS dengan metode *Structural Model Assessment* (SMA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Celebrity Endorsement* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Intention* produk *body lotion Scarlett Whitening* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Padang. (2) *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif terhadap *Consumer Perception of Quality* Produk *body lotion lotion Scarlett Whitening* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Padang. (3) *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* produk *body lotion lotion Scarlett Whitening* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Padang. (4) *Consumer Perception of Quality* berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty* produk *body lotion lotion Scarlett Whitening* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Padang. (5) *Consumer Perception of Quality* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention* produk *body lotion lotion Scarlett Whitening* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Padang. (6) *Brand Loyalty* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention* produk *body lotion lotion Scarlett Whitening* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Padang.

**Kata Kunci** : ***Celebrity Endorsement, Consumer Perception Of Quality, Brand Loyalty, Purchase Intention***