

## ABSTRAK

Penggemar K-Pop idol dikenal sebagai kelompok komunitas yang memiliki kesetiaan terhadap idola mereka. Seorang penggemar yang idolanya menjadi bintang iklan untuk suatu produk kemungkinan besar cenderung akan mengonsumsi atau memiliki barang-barang yang juga dikonsumsi oleh idolanya. Penggemar K-Pop cenderung akan mengonsumsi dan mengoleksi berbagai macam barang dagang yang diproduksi oleh idola mereka atau produk-produk yang terinspirasi dari idola mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh loyalitas fandom EXO-L dalam meningkatkan kepercayaan pengguna produk Scarlett Whitening. Melalui analisis terhadap indikator Loyalitas Fandom (X) yaitu; keterlibatan, kepuasan dan afiliasi. Dan indikator Kepercayaan Konsumen (Y) yaitu; keandalan, kejujuran, kepedulian dan kredibilitas. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis analisis deskriptif statistik. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* di mana peneliti telah menentukan karakteristik responden yang berjumlah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Loyalitas Fandom (X) terhadap variabel Kepercayaan Konsumen (Y).

**Kata Kunci:** K-Pop, Loyalitas Fandom, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk