

## ABSTRAK

Penelitian ini mengulas tentang Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening pada Konsumen Generasi Z dan Generasi Milennial di Jawa Barat. Peneliti melakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening, dan pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dan analisis regresi linier berganda. Teknik dalam mengumpulkan data yaitu dengan menyebarkan kuisioner, jurnal nasional maupun jurnal internasional, artikel, serta penelitian terdahulu yang berhubungan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling* dengan jenis *nonprobability sampling* dengan responden sebanyak 100 sampel. Peneliti juga melakukan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh yang signifikansi secara parsial atau simultan antar dua variabel atau lebih variabel independent terhadap satu variabel dependen.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari Citra Merek ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari dari Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pengaruh secara simultan variabel citra merek dan variabel kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, *Scarlett Whitening*