

ABSTRAK

Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian melakukan suatu pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Penarikan jumlah sampel menggunakan rumus *simple random sampling*. Pengelolaan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa Brand Ambassaador (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli, Brand Image (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli, Harga (X3) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli, dan Promosi (X4) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Namun Brand Ambassador (X1) adalah variable yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli.

Kata kunci: *Brand Ambassador, Brand Image, Harga, Promosi dan Minat Beli.*

