

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli Dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Scarlett Whitening (Study Kasus Pada Mahasiswa Manajemen BP 20 UPI YPTK Padang. Metode pengumpulan data melalui survey dan mengedarkan kuesioner, dengan populasi 721 orang sampel 88 responden yang didapatkan dari slovin. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan *SmartPLS*.

Hasil penelitian yang didapatkan dimana terdapat pengaruh positif yang signifikan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Citra Merek. Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Celebrity Endorsement* terhadap Citra Merek. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Minat Beli. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra Merek terhadap Minat Beli. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Citra Merek melalui Minat Beli. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Celebrity Endorsement* terhadap Citra Merek melalui Minat Beli.

**Kata Kunci :** *Electronic Word Of Mouth, Celebrity Endorsement, Citra Merek dan Minat Beli*