

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* baik secara parsial maupun simultan terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Body Lotion Scarlett Whitening di Kabupaten Majalengka. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik non-probability sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis melalui uji statistik t (parsial) dan uji statistik F (simultan) dengan alat bantu pengolahan data SPSS versi 25.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa: (1) Variabel *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (3,110 lebih besar dari 1,664) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 5 persen. (2) Variabel *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (3,357 lebih besar dari 1,664) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 5 persen.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, Loyalitas Konsumen, Scarlett Whitening.