

## ABSTRAK

**Hanifatul Maula, 1820310073, dengan judul “Pengaruh *Brand Image* Dan *Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Kudus)”. Skripsi Kudus : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS), IAIN KUDUS.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *brand image* dan *customer review* terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening studi kasus mahasiswa IAIN Kudus. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Kudus, dengan jumlah sampel yang diambil sebagai responden adalah 100 responden. Menggunakan metode non probability sampling, yaitu purposive sampling.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kemudian setelah data terkumpul, dilakukan analisis data yaitu menggunakan uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis yang selanjutnya diolah menggunakan alat bantu SPSS.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas dan uji reabilitas semua variabel dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan uji t, variabel brand image dan customer review secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan berdasarkan uji F variabel brand image dan customer review secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian.

**Kata Kunci : *Brand Image, Customer Review, Keputusan Pembelian***