

## ABSTRAK

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *brand awarenes*, *word of mouth* dan harga terhadap keputusan pembelian *skincare* scarlett di kota pekalongan. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang sedang melakukan pembelian Skincare Scrallet Di Kota Pekalongan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang dipilih dengan metode purposive sampling melalui kuisisioner yang disebarakan secara online. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis data regersi linier berganda yang diperoleh dari SPSS 25. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa *brand awarenes* memiliki pengaruh positif signifikan, *word of mouth* memiliki pengaruh positif tidak signifikan dan harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Awarenes*, *Word of Mouth*, Harga, Keputusan Pembelian