

ABSTRAK

Neneng Rosdiana (1229240190): ““Pengaruh *Online Customer Review*, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli *Moisturizer Glad2Glow* Di Shopee Pada Mahasiswa Febi Uin Bandung”

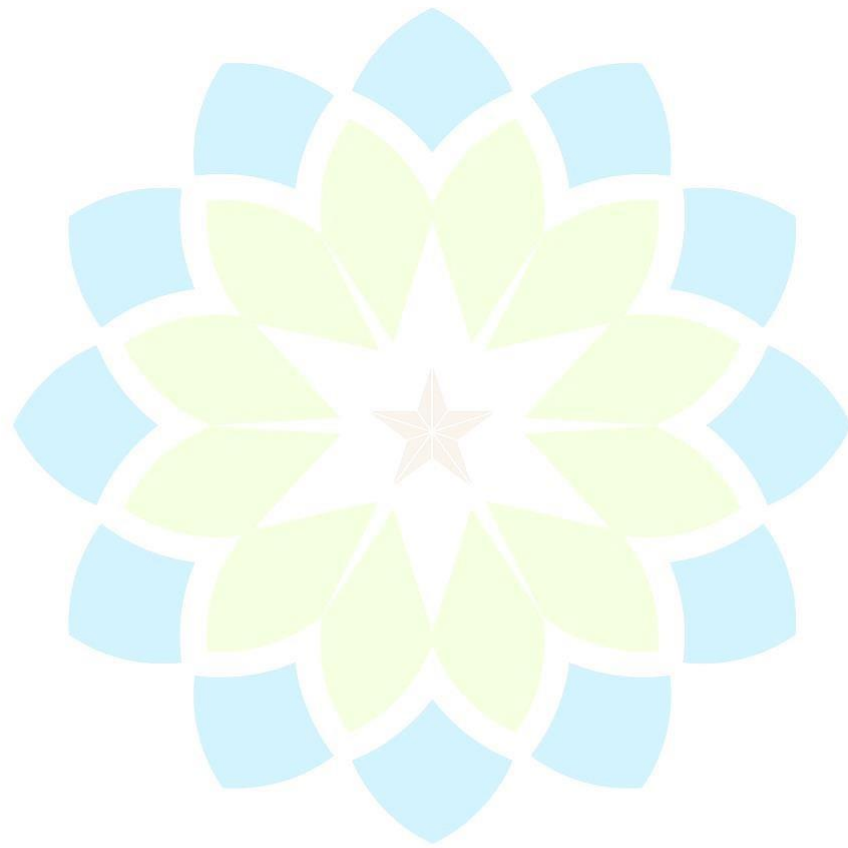
Perkembangan teknologi dan meningkatnya penggunaan *e-commerce* telah mengubah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk, khususnya pada produk *skincare* melalui *marketplace*. Shopee menjadi salah satu platform yang banyak digunakan masyarakat dalam membeli produk kecantikan, termasuk *moisturizer Glad2Glow*. Dalam proses pembelian, konsumen tidak hanya mempertimbangkan kebutuhan produk, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor seperti *online customer review*, harga, dan citra merek.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *online customer review* terhadap minat beli, pengaruh harga terhadap minat beli, pengaruh citra merek terhadap minat beli, serta mengetahui pengaruh *online customer review*, harga, dan citra merek secara simultan terhadap minat beli *moisturizer Glad2Glow* di Shopee pada mahasiswa FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2).

Pembahasan penelitian menunjukkan bahwa *online customer review*, harga, dan citra merek merupakan faktor yang memengaruhi minat beli mahasiswa terhadap *moisturizer Glad2Glow* di Shopee. Ulasan pelanggan yang positif mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, harga yang sesuai dengan kualitas produk mendorong persepsi nilai yang baik, sedangkan citra merek yang positif mampu memperkuat keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian. Ketiga variabel tersebut menjadi pertimbangan utama mahasiswa dalam membentuk minat beli terhadap produk *skincare* melalui platform *e-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online customer review*, harga, dan citra merek secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *moisturizer Glad2Glow* di Shopee pada mahasiswa FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dengan citra merek sebagai variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap minat beli.

Kata Kunci: *Online Customer Review, Harga, Citra Merek, Minat Beli, Moisturizer Glad2Glow, Shopee*



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG