



UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Harsono RM No. 67 Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan
Kampus II : Jl.Raya Perjuangan, Bekasi Utara Telp : 021. 88955882
Website: www.ubharajaya.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: SKET/328/N/2024/FEB-UBJ

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIP : 1905420
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menerangkan bahwa nama :

1. Nama : Sarah Intan Tasia¹
NPM : 202010325391
Jabatan : Mahasiswa Prodi Manajemen
2. Nama : Dr. Dewi Sri Woelandari P.G., S.E., M.Sc²
NIDN : 0303017106
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
3. Nama : Dr. Bayu Seno Pitoyo, S.E., M.Ak³
NIDN : 0302129101
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen

Adalah benar sebagai Penulis *Indonesian Journal of Economics and Strategic Managemet* (IJESM) dengan judul “*Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020)*” telah terbit pada Volume 2, Nomor 1, ISSN: 2988-2613, 31 Maret 2024.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 06 Mei 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIP:1905420

Tembusan:
- Arsip.

Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020)

Sarah Intan Tasia^{1*}, Dewi Sri Woelandari Pantjolo Giningroem², Bayu Seno Pitoyo³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Corresponding Author: Sarah Intan Tasia sarahintan10@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Citra Merek, Harga, Online Customer Review, Keputusan Pembelian.

Received : 22, Jan

Revised : 30, Jan

Accepted: 06, feb

©2023The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu Citra Merek, Harga dan Online Customer Review, variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana dalam penelitian ini menggunakan perhitungan Purposive Sampling dengan rumus slovin. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020 dengan sampel 200 responden, dimana kriteria responden ini yaitu Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020 dan konsumen produk skincare Somethinc, sebelum menganalisis data, peneliti menggunakan 30 responden sebagai pilot study untuk mengetahui kelayakan penelitian ini dengan bantuan program SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independent 1) Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian 2) Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian 3) Online Customer review memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian..

INTRODUCTION

Kondisi ekonomi saat ini mengarah pada persaingan yang ketat, terutama dalam industri yang serupa. Perusahaan-perusahaan ini dihadapkan pada kebutuhan untuk memiliki keunikan yang menarik dan memukau