



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/319/IV/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 : Nurul Khotimmah¹
NPM : 202010325424
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 Management* (IJESM) dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Online Customer Review, dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Madame Gie (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, 26 April 2024
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

Tembusan:
- Arsip.

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Madame Gie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020)

Nurul Khotimmah^{1*}, Dewi Sri Woelandari Pantjolo Giningroem², Bayu Seno Pitoyo³
^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: Nurul Khotimmah nrlkhtmmah21@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Citra Merek, Kualitas Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating, Keputusan Pembelian.

Received : 23, Jan

Revised : 29, 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, Kualitas Produk, Online Customer Review, dan Online Customer Rating 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 Madame Gie. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independent 1) Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3) Online Customer review memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 4) Online Customer rating memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

INTRODUCTION

Di era globalisasi saat ini, banyak kemajuan dan perubahan yang terjadi di dunia bisnis. Perkembangan bisnis skincare di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat, banyak brand lokal yang bersaing di pasar dengan beragam pilihan bahan untuk segala jenis masalah kulit wajah. Bisnis skincare terus bersaing dalam hal menawarkan manfaat produk untuk pengguna skincare agar menarik konsumen. Dengan semakin banyaknya bermunculan merek-merek skincare baru, persaingan antar pelaku bisnis skincare pun semakin ketat. Keanekaragaman produk dan manfaatnya yang beragam terus dikembangkan oleh pelaku usaha skincare dari segi kualitas produk dan harga untuk menarik lebih banyak konsumen (Robi'ah & Nopiana, 2022).