

**“PENGARUH *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK IMPLORA DENGAN *BRAND
IMAGE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*”**

Nama : Adelia Rahma Sari
NIM : 1011710005
Pembimbing : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh variabel *Online Consumer Review* terhadap Keputusan pembelian melalui *brand image* sebagai variabel *intervening*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan kuesioner yang dibantu dengan google form. Penelitian ini mendapatkan tanggapan dari responden sebanyak 281 orang yang berkomentar pada video review yang dibuat oleh @deafebyolaaa. Kriteria dalam penelitian ini berusia diatas 16 tahun dan pernah melakukan pembelian kosmetik Implora. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non probability sampling dengan purposive sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online consumer review* memiliki pengaruh terhadap *brand image* produk kosmetik Implora, *brand image* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Implora, *online consumer review* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Implora dan *brand image* dapat memediasi dengan baik hubungan antara *online consumer review* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Implora.

Kata kunci: *Online Consumer Review, Brand Image, Keputusan Pembelian.*

**“THE INFLUENCE OF ONLINE CONSUMER REVIEW ON THE
PURCHASE DECISION OF IMPLORA COSMETICS WITH BRAND
IMAGE AS INTERVENING VARIABLE”**

Name : Adelia Rahma Sari

Student Identity Number : 1011710005

Supervisor : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRACT

This study aims to assess the effect of the Online Consumer Review variable on purchasing decisions through brand image as an intervention variable. The data collection technique used is a questionnaire assisted by a google form. This study received responses from 281 respondents who commented on the video review made by @deafebyolaaa. The criteria in this study were over 16 years of age and had purchased Implora cosmetics. The sampling technique used in this study is non-probability sampling with purposive sampling. The method used in this research is Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that online consumer reviews have an influence on the brand image of Implora cosmetic products, brand image has an influence on purchasing decisions for Implora cosmetic products, online consumer reviews have an influence on purchasing decisions for Implora cosmetic products and brand image can be well mediated by online consumer reviews. on the decision to purchase Implora cosmetic products.

Keywords : *Online Consumer Review, Brand Image, Purchase Decisions.*