

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK *SKINCARE* MEREK
AVOSKIN DI YEPPA STORE SINGARAJA**

Oleh

Ketut Ari Widyarini

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *online customer review* terhadap minat beli ulang baik secara simultan ataupun secara parsial. Desain pada penelitian ini adalah kuantitatif kausal, dengan subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen dari produk *skincare* merek Avoskin dengan objek penelitian yaitu *brand image*, *online customer review* dan minat beli ulang. Teknik pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jenis sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 100 orang responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *brand image* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. (2) *online customer review* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang (3) *brand image* dan *online customer review* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: *brand image*, minat beli ulang, *online customer review*

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SKINCARE MEREK
AVOSKIN DI YEPPA STORE SINGARAJA**

Oleh

Ketut Ari Widyarini

Jurusan Manajemen

Abstract

This study aims to determine the effect of brand image and online customer reviews on repurchase interest, both simultaneously and partially. The design in this study is quantitative causal, with the subjects used in this study being consumers of Avoskin brand skincare products with the research objects being brand image, online customer reviews and repurchase interest. The sampling technique in this study used nonprobability sampling technique with the type of sample used being purposive sampling. The number of respondents used was 100 respondents. The data collection method used was a questionnaire then analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) brand image has a significant influence on repurchase interest. (2) online customer reviews have a significant influence on repurchase interest (3) brand image and online customer reviews have a significant influence on repurchase interest.

Keywords: brand image, online customer review, repurchase interest