

# Pengaruh online customer review terhadap online purchase intention produk skincare COSRX pada generasi milenial di DKI Jakarta = The effect of online customer reviews on online purchase intention of COSRX skincare products among millennials in DKI Jakarta

Arvian Ramadhan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20514071&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Meningkatnya jumlah generasi milenial yang melakukan pembelian online semakin menekankan pentingnya para pelaku bisnis khususnya bidang skincare untuk mengidentifikasi faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memiliki niat untuk membeli online. Bahkan diprediksikan bahwa jumlah konsumen yang melakukan pembelian produk skincare online secara penuh akan meningkat setelah pandemi COVID-19 mereda. Karakteristik merek merupakan salah satu faktor pendorong konsumen untuk memiliki niat membeli online mengingat skincare merupakan salah satu produk yang terdiri dari berbagai merek yang memiliki karakteristik tersendiri. Seiring dengan perkembangan internet, dalam memperoleh informasi mengenai karakteristik merek, ulasan online yang terdapat pada platform e-commerce merupakan salah satu media yang dimanfaatkan oleh para milenial dalam memperoleh informasi sebelum melakukan pembelian produk skincare. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh online customer review terhadap online purchase intention produk skincare COSRX pada generasi milenial di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui metode survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa online customer review memiliki pengaruh yang rendah terhadap online purchase intention produk skincare COSRX pada generasi milenial di DKI Jakarta.

.....The increasing number of millennial generations who online shopping increasingly emphasizes the importance of business people, especially the skincare sector, to identify factors that are considered by consumers in having the intention to buy online. It is even predicted that the number of consumers who purchase full online skincare products will increase after the COVID-19 pandemic subsides. Brand characteristics are one of the driving factors for consumers to have the intention to buy online considering that skincare is a product consisting of various brands that have their own characteristics. Along with the development of the internet, in obtaining information about brand characteristics, online reviews found on e-commerce platforms are one of the media used by millennials in obtaining information before purchasing skincare products. This study aims to analyze the effect of online customer reviews on online purchase intention of COSRX skincare products for the millennial generation in DKI Jakarta. This study uses a quantitative approach with data collection techniques through survey methods. The results showed that online customer reviews had a low effect on online purchase intention of COSRX skincare products for millennials in DKI Jakarta.