

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI
(Survei pada mahasiswa S1 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta yang merupakan konsumen produk kosmetik Madame Gie
pada *Marketplace* Shopee)**

Yukovani Puspa Larasati
141190110

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
Yukovanipl@gmail.com
083838769000

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, harga dan *online customer review* terhadap minat beli pada mahasiswa S1 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang merupakan konsumen produk kosmetik Madame Gie pada *Marketplace* Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang merupakan konsumen produk kosmetik Madame Gie pada *marketplace* shopee. Pemilihan sampel menggunakan teknik sampel *non probability sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu berupa kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama *brand image*, harga, dan *online customer review* terhadap minat beli. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: *Brand Image*, Harga, *Online Customer Review*, Minat Beli