

## ABSTRAK

Fenomena perawatan kulit saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang dalam menunjang penampilan di masyarakat dengan memakai berbagai macam produk perawatan kulit. Salah satu produk perawatan kulit yang sedang naik daun saat ini adalah *skincare* The Originote yang menawarkan harga jual produk murah, tetapi dengan kualitas yang tinggi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu penyebaran kuesioner dan studi pustaka, sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan jenis *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Sampel yang digunakan sebanyak 100 konsumen dengan menggunakan rumus Wibisono. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen berupa uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *online customer review* (X1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial, sedangkan variabel *online customer rating* (X2), dan harga (X3) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat beli (Y). Diketahui juga bahwa *online customer review*, *online customer rating*, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli *skincare* The Originote di Shopee Mall sebesar 63,3%, sedangkan 36,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Terdapat variabel paling dominan yaitu *online customer rating* (X2) dalam mempengaruhi minat beli *skincare* The Originote di Shopee Mall.

Kata kunci: *online customer review*, *online customer rating*, harga, minat beli, the originote

## **ABSTRACT**

*The skincare phenomenon has now become a necessity for everyone to support their appearance in society by using various kinds of skin care products. One of the skin care products that is currently on the rise is The Originote skincare, which offers cheap product prices but high quality. This research uses quantitative methods. Data collection in this research used questionnaires and literature studies, while the sampling method used probability sampling with purposive sampling as the sampling technique. The sample used was 100 consumers using the Wibisono formula. The analysis used in this research is instrument testing in the form of descriptive statistical tests, validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, and hypothesis tests. The results of this research show that the online customer review variable (X1) has no effect and is not partially significant, while the online customer rating (X2) and price (X3) variables have a partial and significant effect on buying interest (Y). It is also known that online customer reviews, online customer ratings, and price simultaneously influence interest in buying The Originote skincare at Shopee Mall by 63.3%, while the other 36.7% is influenced by other variables not examined in this research. There is the most dominant variable, namely online customer rating (X2), in influencing interest in buying The Originote skincare at Shopee Mall.*

*Keywords: online customer review, online customer rating, price, purchase intention, the originote*