

**PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT  
BELI ULANG PRODUK *SUNSCREEN* WARDAH  
(STUDI KASUS TOKO MAKEUPUCCINO DI SHOPEE)**

Ditulis Oleh:

Putri Nur Aprilianty

Dibimbing:

Teguh Iman Basuki, S.Kom., MM

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan terkait brand equity dan online customer review produk *sunscreen* wardah. Terdapat beberapa review negatif pada produk *sunscreen* wardah yang ditulis oleh konsumen melalui review yang diberikan mengenai kelemahan yang mereka rasakan saat menggunakan produk *sunscreen* wardah. Jika dibandingkan dengan produk *sunscreen* lainnya seperti Emina dan Avoskin, wardah memiliki jumlah penjualan terendah pada shopee makeupuccino. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *brand equity* pada produk *sunscreen* wardah, bagaimana *online customer review* pada produk *sunscreen* wardah, besarnya pengaruh *brand equity* dan *online customer review* secara simultan dan parsial terhadap minat beli ulang pada produk *sunscreen* wardah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan metode penelitian ini maka akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling yang diperoleh dari pengikut makeupuccino di shopee, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian brand equity dan *online customer review* secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada produk *sunscreen* wardah.

**Kata Kunci: Brand Equity, Online Customer Review dan Minat Beli Ulang**

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY AND ONLINE CUSTOMER REVIEW ON  
REPURCHASE INTEREST OF WARDAH SUNSCREEN (CASE STUDY OF MAKEUPUCCINO  
SHOP AT SHOPEE)***

*Written By:*  
Putri Nur Aprilianty

*Preceptor:*  
Teguh Iman Basuki, S.Kom., MM.

***ABSTRACT***

*This research was motivated by issues related to brand equity and online customer reviews of Wardah sunscreen products. There are several negative reviews of Wardah sunscreen products written by consumers through reviews, highlighting the weaknesses they experience when using the products. When compared to other sunscreen products such as Emina and Avoskin, Wardah has the lowest sales on Shopee Makeupuccino. The purpose of this study is to determine and analyze the influence of brand equity and online customer reviews on repurchase interest in Wardah sunscreen products, both individually and collectively. This research employs descriptive and verificative research methods with a quantitative approach. By using this research method, significant relationships between the variables under study can be identified, leading to clearer conclusions about the object of study. The sampling method used was purposive sampling, with the sample obtained from a makeupuccino followers at shopee consisting of 100 respondents. Data analysis techniques included descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results show that brand equity and online customer reviews, both individually and collectively, have a significant impact on repurchase interest in Wardah sunscreen products.*

***Keywords: Brand Equity, Online Customer Review, Repurchase Interest***