

PENGARUH *REVIEW* PRODUK TERHADAP MINAT BELI *HAND & BODY LOTION* PRODUK CITRA DI KOTA BANDUNG

Diajeng Elok Dwika C¹, Preti Diawati², Bambang Triputranto³

¹D4 Manajemen Perusahaan, Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

²D4 Manajemen Perusahaan, Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

³D4 Manajemen Perusahaan, Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Email: 420494.diajengelok.d.c.lc@gmail.com

Article History

Received: 31-07-2024

Revision: 24-09-2024

Accepted: 03-10-2024

Published: 11-10-2024

Abstract. Study analyzes of product reviews in purchase intention for Citra handbody lotion in Bandung City. Using a quantitative method, this research lemeshow not involved 384 respondents' probability sampling selected through purposive sampling. This study examines the relationship between product reviews and purchase intentions for Citra handbody lotion in Bandung City. Data were gathered via questionnaires, and simple linear regression was used to analyze the results. The product reviews are in the agree category, with the product suitability dimension having the highest percentage, and the purchase intention is in the strongly agree category, with the exploratory interest dimension having the highest percentage. The normality view data indicates that the data is normally because the significant value $0.200 > 0.05$. Regression analysis yields the equation $Y = 19.532 + 0.872 X$, Hypothesis testing proves that there is a significant influence with the calculated f value $= 900,379 > F$ table $= 3.87$ that the review of the image hand body lotion product has a significant positive effect on purchase interest with a significant 0.05 . The determinism coefficient shows that 70.2% of the variation in purchasing interest can be explained by product reviews indicating a positive influence of product reviews.

Keywords: product reviews, purchase intention, handbody lotion, Citra, Bandung

Abstrak. Penelitian ini sebagai pengaruh review produk terhadap minat beli handbody lotion Citra di Kota Bandung. Metode kuantitatif melibatkan populasi tidak diketahui dengan rumus lemeshow mendapatkan 384 responden yang dipilih melalui metode *purposive sampling* dan teknik sampel pengambilannya dengan *probability sampling*. Kumpulan dalam mendatanya melalui kuesioner dianalisis regresi linear sederhana. Penelitian ini menghasilkan bahwa review produk berada dalam kategori setuju, dengan dimensi kesesuaian produk memiliki persentase tertinggi. Kategori sangat setuju berada pada variabel minat beli dengan dimensi minat eksploratif memiliki persentase tertinggi. Hasil uji normalitas dikatakan berdistribusi normal yaitu $0,200 > 0,05$ dikatakan signifikan. Analisis regresi menghasilkan persamaan $Y = 19,532 + 0,872 X$, menunjukkan pengaruh positif review produk terhadap minat beli. Uji hipotesis membuktikan adanya pengaruh signifikan dengan nilai f hitung $= 900,379 > F$ tabel $= 3,87$ bahwa *review* produk hand body lotion citra berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli signifikan $0,05$. Koefisien determinism menunjukkan bahwa 70,2% variasi minat beli dapat dijelaskan oleh *review* produk. Penelitian ini menyimpulkan bahwa review produk berperan penting mempengaruhi minat beli terhadap handbody lotion Citra di Kota Bandung.

Kata Kunci: review produk, minat beli, handbody lotion, Citra, Bandung

How to Cite: Dwika, D. Diawati, P. Triputranto, B. (2023). Pengaruh Review Produk Terhadap Minat Beli Hand & Body Lotion Produk Citra di Kota Bandung. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (5), 2138-2152. [10.54373/ifjeb.v4i5.1653](https://doi.org/10.54373/ifjeb.v4i5.1653)

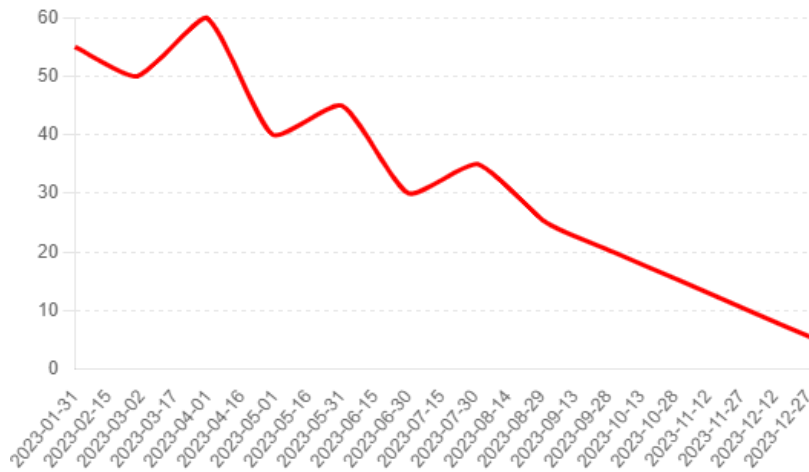
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelanggan mencari data dan membuat keputusan pembelian, terutama dalam industri kecantikan dan perawatan kulit. Ulasan produk online menjadikan alat informasik yang berpengaruh untuk para pembeli, menjadi hal terpenting dalam persepsi dan minat beli konsumen (Farki & Baihaqi, 2020). Fenomena ini sangat relevan dalam perawatan kulit tubuh terutama hand and body lotion citra, di mana efektivitas kesesuaian produk sangat subjektif dan bervariasi antar individu.

Citra, sebagai salah satu merek hand and body lotion terkemuka di Indonesia, menjadi subjek menarik untuk penelitian ini. Data menunjukkan fluktuasi dalam popularitas ulasan produk Citra dari tahun 2020 hingga 2024, dengan penurunan signifikan pada tahun 2024. Pada Tahun 2020 ke 2021 persentase 14,40%, mengalami penurunan 15,60% Terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah ulasan produk *hand body Citra* di Bandung, Terjadi penurunan kecil dalam jumlah ulasan, mungkin karena peningkatan persaingan dari merek sejenis atau perubahan dalam preferensi konsumen. Pada tahun 2021 ke tahun 2022 persentase 15.60% mengalami kenaikan 16.80%: Pertumbuhan jumlah ulasan cenderung stabil, menandakan konsistensi minat konsumen terhadap produk dalam periode ini adanya *review* artis semakin meningkat. Tahun 2022 ke tahun 2023 persentase 16.80% mengalami penurunan persentase 13.40%: Terjadi penurunan kecil dalam jumlah ulasan, mungkin karena peningkatan persaingan dari merek sejenis atau perubahan dalam preferensi konsumen. Tahun 2023 ke tahun 2024: persentase 13,40%, mengalami penurunan 8,80% tanda-tanda bahwa reputasi merek telah sedikit tergerus pada tahun 2022 karena masalah tidak kesesuaian produk dan pelayanan yang diungkapkan dalam ulasan konsumen megacu pada fenomena indicator kesesuaian *review* produk. [Top Brand Produk, 2024].

Dalam hal ini, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengetahui sebab-sebab yang lebih spesifik dari penurunan *review* pada produk Citra *Hand and Body Lotion* termasuk kedalam produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen terhadap *review* produk Fenomena ini menimbulkan pertanyaan tentang berbagai factor kredibilitas ulasan produk dan minat beli konsumen.

Berikut adalah grafik Google Trends yang menunjukkan tren penelusuran untuk produk Hand & Body Lotion dari Citra di Kota Bandung:



Gambar 1. Google Trends

Sumber: Data Olah Penulis 2024

Grafik tersebut menunjukkan tren yang menurun, menandakan minat yang semakin berkurang terhadap produk ini. dan Berikut adalah tabel hasil prasurvey yang menunjukkan minat terhadap Hand & Body Lotion Produk Citra di Kota Bandung berdasarkan empat indikator minat beli:

Tabel 1. 1 Prasurvey Minat Beli Produk Citra di Kota Bandung

No	Pertanyaan	Ya	Ya (%)	Tidak	Tidak (%)
1	Minat transaksional: Kecenderungan untuk membeli produk	16	53%	14	47%
2	Minat referensial: Kecenderungan untuk mereferensikan produk kepada orang lain	18	60%	12	40%
3	Minat preferensial: Kecenderungan memiliki preferensi utama pada produk tersebut	14	47%	16	53%
4	Minat eksploratif: Kecenderungan mencari informasi mengenai produk yang diminati	20	67%	10	33%

Sumber: Olahan Penulis 2024

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan terdapat beberapa indikator yang menunjukkan minat konsumen terhadap produk ini. Sebanyak 53% responden menunjukkan minat transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli produk, dengan 16 responden menyatakan setuju dan 14 responden tidak setuju. Selain itu, 60% responden menunjukkan minat referensial, yaitu kecenderungan untuk mereferensikan produk kepada orang lain, dengan 18 responden setuju dan 12 responden tidak setuju. Untuk minat preferensial, yaitu kecenderungan memiliki preferensi utama pada produk tersebut, sebanyak 47% responden setuju dan 53% responden tidak setuju, menunjukkan bahwa hampir setengah dari responden memiliki preferensi kuat terhadap produk ini. Terakhir, sebanyak 67% responden menunjukkan minat eksploratif, yaitu kecenderungan untuk mencari informasi mengenai produk yang diminati, dengan 20 responden setuju dan 10 responden tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden aktif mencari informasi tambahan untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk ini. Secara keseluruhan, hasil prasurvei ini memberikan gambaran bahwa terdapat minat yang bervariasi di kalangan konsumen terhadap Hand & Body Lotion Produk Citra di Kota Bandung, dengan penekanan pada aspek transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh ulasan produk pada minat beli hand body lotion Citra di Kota Bandung. Studi ini penting dilakukan mengingat peran strategis dengan populasi konsumen. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan dinamika pasar lokal dan preferensi konsumen yang mungkin berbeda dari kota-kota lain di Indonesia (Nur Annaziem, 2021)

Dengan menganalisis komponen-komponen ulasan produk seperti kredibilitas sumber, kualitas ulasan, dan relevansi informasi, penelitian ini memberikan arti yang sangat mendalam tentang bagaimana ulasan online mempengaruhi minat beli konsumen. Dari hasil penelitian ini akan memberikan wawasan berharga para konsumen yang suka dalam dunia perawatan tubuh untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital mereka, serta berkontribusi pada literatur akademik tentang perilaku konsumen di era digital (Roxanne et al., 2023).

Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan peran platform ulasan produk seperti Female Daily, yang telah menjadi sumber informasi terpercaya bagi konsumen produk kecantikan di Indonesia *Beauty Review App* mampu dijadikan wadah untuk komunitas (*beauty enthusiast*) yang berkolaborasi menjadi sebuah aplikasi dengan sejumlah *fitur sharing*, misalnya *fitur post foto*, *fitur review* produk kecantikan, dan *fitur diskusi* atau forum yang dinamakan *FD Talk* (Yutika et al., 2021). Alhasil *review* produk menjadi factor memengaruhi minat pembeli

1. Fenomena Umum:
 - a. *Review* produk secara umum memberi pengaruh besar terhadap minat pembelian konsumen.
 - b. Konsumen cenderung mencari informasi tambahan sebelum membeli produk, terutama dalam kategori perawatan kulit seperti hand body lotion.
 - c. Peningkatan akses internet dan media sosial telah memungkinkan konsumen untuk dengan mudah menemukan dan berbagi ulasan produk, yang secara signifikan memengaruhi persepsi dan keputusan pembelian mereka.
2. Fenomena Khusus (*Review* Produk Hand Body Citra di Bandung dan Minat Pembelian):
 - a. Hand body Citra adalah merek yang cukup populer di Indonesia, termasuk di Bandung sebagai salah satu kota besar. Fenomena khusus ini berkaitan dengan bagaimana *review* produk Citra di Bandung memengaruhi minat pembelian konsumen di kota tersebut.
 - b. Dalam konteks ini, ulasan produk dari konsumen di Bandung dapat memiliki dampak yang lebih signifikan karena relevansinya dengan pasar lokal. Ulasan dari individu yang tinggal di kota yang sama atau daerah yang serupa cenderung lebih dipercaya oleh konsumen setempat.
 - c. Perbedaan preferensi dan kebutuhan konsumen di Bandung juga dapat memengaruhi bagaimana ulasan produk dipahami dan diterima. Misalnya, faktor iklim atau kondisi kulit yang lebih kering di Bandung mungkin membuat ulasan tentang kelembaban dan tekstur produk menjadi lebih penting bagi konsumen di sana.
 - d. Selain itu, faktor-faktor seperti promosi lokal, ketersediaan produk, dan citra merek secara keseluruhan juga dapat memengaruhi bagaimana *review* produk dipahami dan mempengaruhi minat pembelian di Bandung

Review produk juga dapat dianggap sebagai bentuk iklan, terutama jika *review* tersebut dibuat oleh *influencer* atau digunakan dalam kampanye pemasaran. Perusahaan dapat menggunakan testimonial positif dari konsumen untuk mempromosikan produknya kepada target pasar secara langsung. Sehubungan dengan hal ini, *review* produk menjadi salah satu cara untuk memperkuat pesan pemasaran perusahaan.

Review produk juga dapat dianggap sebagai salah satu indikator dari bauran pemasaran. Bauran pemasaran mencakup berbagai elemen, termasuk promosi, harga, distribusi, dan produk. *Review* produk mempengaruhi persepsi konsumen tentang produk itu sendiri (salah

satu elemen bauran produk), serta bisa memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, dalam konteks ini, *review* produk dapat dianggap sebagai indikator dari bagaimana strategi pemasaran perusahaan, termasuk promosi, memengaruhi penerimaan produk di pasar.

Fenomena tentang *review* produk yang mempunyai pengaruh besar terhadap minat beli pada suatu produk Penentuan minat membeli dilaksanakan berdasarkan dari rasa ketertarikan pada sebuah produk kemudian konsumen merasa tertarik dan muncul rasa ingin membeli produk itu. (Sari, 2020) Analisis tentang bagaimana ulasan di platform semacam ini mempengaruhi persepsi dan minat beli konsumen dapat memberikan perspektif baru tentang dinamika pasar kecantikan di era digital. Hal ini juga dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mengelola reputasi online mereka dan memanfaatkan kekuatan ulasan konsumen dalam meningkatkan minat beli produk mereka (Amienah Atthahirah, 2023)

METODE

Digunakan metode asosiatif dan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif penelitian ini. Penggunaan probability sampling dengan purposive sampling Dalam pengambilan Teknik sampel. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow, menghasilkan 384 responden. Data primer menggunakan pengumpulan angket dalam skala Likert 1-5. Pengumpulan data sekunder dapat dari literatur view, jurnal dan internet. Independen varibel yaitu review produk, juga minat beli sebagai variabel dependen.

Analisis data meliputi:

1. Instrumen Uji validitas dan reliabilitas
2. Data ordinal ditrasformasikan ke interval yang diaplikasikan oleh Method of Successive Interval (MSI)
3. Penggambaran karakteristik responden menggunakan analisis deskriptif
4. Penggunaan uji asumsi klasik dengan uji normalitas dan linieritas.
5. Regresi Linier Sederhana
6. Uji hipotesis menggunakan uji F (simultan)
7. Analisis koefisien determinasi (R^2)

Software SPSS versi 23 digunakan dalam pengelolaan data statistik. Penelitian dilakukan di Kota Bandung dengan fokus melalui produk hand and body lotion merek Citra.

HASIL

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas Data

Digunakanya pengujian data mengevaluasi hasil dari instrument selanjutnya. Rumus uji validitas menggunakan program SPSS. Apabila r Hitung lebih besar dari r Tabel signifikansi sebesar 0,05 atau 5%, survei akan dikatakan valid. Dibawah ini yaitu hasil uji validitas:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas Review produk (X)

No Item	R _{Tabel}	r _{Hitung}	Keterangan
X_01	0,361	0,776	Valid
X_02	0,361	0,735	Valid
X_03	0,361	0,597	Valid
X_04	0,361	0,598	Valid
X_05	0,361	0,719	Valid
X_06	0,361	0,750	Valid
X_07	0,361	0,756	Valid
X_08	0,361	0,786	Valid
X_09	0,361	0,585	Valid

Sumber; Olahan Penulis 2024

Uji validitas review produk (X) seluruh instrument dinyatakan valid karena $>0,361$ sehingga dapat digunakan pada uji berikutnya.

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (Y)

No Item	r _{Tabel}	r _{Hitung}	Keterangan
Y_01	0,361	0,695	Valid
Y_02	0,361	0,615	Valid
Y_03	0,361	0,743	Valid
Y_04	0,361	0,689	Valid
Y_05	0,361	0,782	Valid
Y_06	0,361	0,759	Valid
Y_07	0,361	0,862	Valid
Y_08	0,361	0,661	Valid
Y_09	0,361	0,673	Valid
Y_10	0,361	0,590	Valid
Y_11	0,361	0,715	Valid

Y_12	0,361	0,810	Valid
-------------	--------------	--------------	--------------

Sumber; Olahan Penulis 2024

Uji Validitas variabel Y dinyatakan valid karena $>0,361$ sehingga dapat digunakan pada uji berikutnya.

b. Uji Reabilitas

Untuk uji reliabilitas, standar Cronbach Alpha memiliki nilai 0,6. Nilai di atas 0,60 dianggap reliabel, dan nilai tidak reliabel di bawah 0,60.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	R Kritis	Keterangan
X (pengaruh review produk handbody lotion citra)	0,864	0,60	Reliabel
Y (Minat Beli)	0,912	0,60	Reliabel

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Hasil nilai *Cronbach Alpha* dari variabel *review* produk handbody lotion citra, Minat Beli, >0.60 yaitu variabel (x) pengaruh *review* produk handbody lotion citra mendapatkan *Cronbach alpha* 0,864 dan variabel (y) minat beli diperoleh *Cronbach alpha* sebesar 0,912. Hasil kesimpulan dari pernyataan instrument variabel *review* produk handbody lotion citra (X), dan Minat Beli (Y) adalah reliabel. Maka seluruh instrument sudah reliabel dan bisa dengan pengujian hipotesis lanjut.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menentukan distribusi dalam variabel dikatakan normal tidaknya dalam pendistribusian.

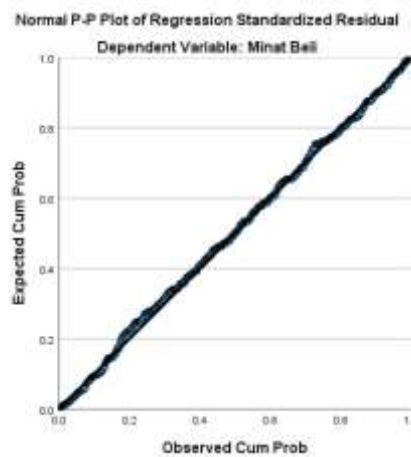
Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.57849316
Most Extreme Differences	Absolute	.030
	Positive	.021
	Negative	-.030

Test Statistic	.030
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Tabel 5 menjelaskan mengenai hasil uji normalitas memperoleh normalitas dimana pengujian normalitas data yang diperoleh dari responden dalam menggunakan uji One Sampe Kolmogorov-Smirnov taraf signifikansi 5%. Dapat dihasilkan dari uji normalitas 384 data dengan one sampe kolmogorov-smirnov di atas menunjukkan bahwa asymptotic significance adalah lebih dari 0,05 (0,200 lebih dari 0,05). Dapat dihasilkan asumsi kenormalan telah dipenuhi oleh model regresi linier.



Gambar 1 Uji Normalitas Scatter Plot

Sumber: Pengolahan dari Peneliti (2024)

P-P Plot grafik mendapatkan arti dilihat berdasarkan sebaran grafik dalam diagonal garisnya. Grafik P-P Plot dianggap belum memenuhi syarat distribusi penyebaran titik titik atadan tidak mengikuti arah garis tersebut. (Sugiyono, 2020) diberikan gambaran lengkungan membentuk P-P Plot masih berada sekeliling garis regresi. Grafik P-P Plot menyebar. Jika titik-titik data berada Jika fokus informasi tersebar di sekitar garis diagonal dan sejalan dengan arahnya, maka informasi tampak teratur dan sesuai dengan garis tersebut., maka model regresi dapat dianggap memenuhi syarat dan distribusi normal.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier

Persamaan regresi kenggunaannya menghitung pengaruh variabel *review* produk handbody lotion citra (X) terhadap minat beli ulang (Y).

Tabel 9. Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Coefficients ^a				t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized	Beta		
		B	Std. Error	Coefficients			
1	(Constant)	19.532	1.020			19.154	.000
	X	.872	.029	.838		30.006	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Hasilnya bisa dilihat pada Tabel 9 diatas. Dari tabel diatas terlihat konstanta $a = 19,532$ dan $b = 0,872$. Dari besarnya nilai a dan b diperoleh persamaan regresi sederhana antara X dan Y , Jadi dapat diketahui persamaan regresi linier hubungan antar variabel dicerminkan pada penelitian dengan rumus:

$$Y = \alpha + \beta X + \epsilon$$

Dari tabel data yang diberikan digunakan rumusan perhitungan tentang persamaan regresi yaitu:

$$Y = 19,532 + 0,872 X$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan:

1. Konstanta nilai sebesar 19,532 merupakan Minat beli sebelum dipengaruhi oleh variabel Review Produk.
2. Nilai Koefisien sebesar 0,872 (X) yang menunjukkan bahwa review produk mempunyai koefisien regresi positif.

b. Uji F

Dalam (Sugiyono, 2020) uji F dipakai untuk memahami tingkat signifikansi pengaruh variabel independent pada variabel dependen serentak (simultan). Uji F berfungsi untuk mengetahui mengenai penelitian ini menggunakan variabel bebas *review* produk (X) secara bersamaan (simultan) dapat memengaruhi Minat Beli (Y) sebagai variabel terikat.

Tabel 10. Uji F

Model		ANOVA ^a				Sig.
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	
1	Regression	7023.196	1	7023.196	900.379	.000 ^b
	Residual	2979.700	382	7.800		
	Total	10002.896	383			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Pengaruh Review

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Pengaruh simultan yang signifikan dengan ditunjukkanya variabel X terhadap Y dengan nilai sebesar 900.379 signifikansi 0,000 mengartikan baasan dignifikansiya adalah 0,5.

$$Df = n - k - 1$$

$Df = 384 - 2 - 1 = 383$. Pada gambar 4.11 terlihat bahwa F hitung = 900.379 maka mendapatkan hasil F hitung = 900.379 > F tabel = 3.87 dapat dikatakan *review* berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli mempunyai $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, Bukti dari pengujian hipotesis diatas digambarkan hipotesis diterima karena F hitung lebih besar daripada F tabel diartikan adanya signifikan pada variabel X (*review* produk) dengan variabel Y (minat beli). Maka regresi ini dapat dipakai untuk variable *review* produk secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Kota Bandung

d. Koefesien determinasi R^2

variabel dependen dipengaruhi variabel independen ditentukan menggunakan uji koefesien determinasi (R^2).

Tabel 10. Uji R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.701	2.79290

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Review
b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Hasilnya yang dapat dilihat pada Tabel 10 diatas. Persentase pengaruh variabel *review* Produk (X) terhadap variabel Minat Beli (Y) kolom R Square (R^2) yaitu 0,702 atau 70,2 % dan 29,8% yang tersisah tidak di teliti dalam penelitian ini.

DISKUSI

1. Pengaruh Review Produk Terhadap Minat Beli Ulang Handbody Lotion Citra

Penelitian ini bertujuan guna melihat bagaimana *review* produk memengaruhi minat beli ulang konsumen terhadap handbody lotion Citra. *Review* produk adalah salah satu variabel yang dapat mendorong seseorang untuk melangsungkan keputusan pembelian ulang. Diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pandangan yang positif terhadap *review* produk handbody lotion Citra. Dibuktikan melalui perolehan Hasil uji normalitas dinyatakan pendistribusian normal dikarenakan nilai signifikan yaitu $0,200 > 0,05$. Penyimpulannya data itu memiliki arti layak dalam penelitian lebih lanjut dengan Grafik P-P Plot menyebar titik-titik data berada fokus informasi tersebar di sekitar garis diagonal dan sejalan dengan arahnya, maka informasi tampak teratur dan sesuai dengan garis tersebut, maka model regresi dapat dianggap memenuhi syarat dan berdistribusi normal. pada hasil uji validitas menampilkan seluruh item pertanyaan untuk variabel *review* produk (X) valid dan nilai r hitung > r tabel (0,361).

Reliabilitas pengujian memberikan Cronbach's Alpha variabel review produk 0,864, yang jauh di atas standar minimum 0,60. Ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan.

Studi ini menemukan bahwa review Produk memiliki dampak yang berarti terhadap keinginan untuk melakukan pembelian ulang handbody lotion Citra. Hasil perhitungan uji f pada variabel review produk (X) menunjukkan f hitung 900.379 beserta signifikansi $0,000 < 0,05$, dikatakan variabel ini akan berdampak positif signifikan terhadap minat beli. Lebih lanjut, regresi linear menghasilkan $Y = 19,532 + 0,872X$, yang mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu unit untuk variabel review produk akan penambahan minat beli ulang sejumlah 0,872 unit. Hal ini memperkuat temuan bahwa review pengaruh positif produk substansial pengulangan minat beli. Koefisien determinasi (R Square) 0,702 menjadi 70,2% variasi dalam penjelasan minat beli ulang dijelaskan variabel review produk. Ini merupakan pengaruh yang cukup besar, mengingat 29,8% sisanya pengaruh unsur lainnya yang tidak ada pada penelitian ini.

Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya guna melihat kalau review produk memiliki dampak positif dan relevan atas minat beli konsumen. (Rahman, 2021) menemukan bahwa pengaruh *Review smartphone* pada platform Youtube berpengaruh signifikan pada ketertarikan beli masyarakat. Demikian pula, observasi oleh (Fatmala, 2022) menunjukkan bahwa Hasil penelitian mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan antara *Review* produk juga iklan mempunyai yang signifikan pada minat konsumen.

Hasil observasi ini mengimplikasikan kalau perusahaan perlu menghadirkan perhatian khusus pada manajemen review menaikkan minat beli ulang konsumen terhadap handbody lotion Citra. Dengan memahami pentingnya review produk, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian berulang.

KESIMPULAN

Penelitian "Pengaruh Review Produk Terhadap Minat Beli Handbody Lotion Citra di Kota Bandung", diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Review produk hand body lotion Citra berada dalam kategori setuju. Dimensi kesesuaian produk yang bermanfaat memiliki persentase tertinggi, menunjukkan bahwa kualitas produk sesuai dengan review yang diberikan. Sementara itu, dimensi ketertarikan produk memiliki persentase terendah, mengindikasikan bahwa konsumen juga tertarik untuk mencari tahu tentang produk lain.

2. Minat beli berada pada kategori sangat setuju. Dimensi minat eksploratif memiliki persentase tertinggi, menunjukkan kecenderungan konsumen untuk memilih informasi tambahan mengenai produk. Sedangkan dimensi minat referensial memiliki persentase terendah, namun tetap mengindikasikan potensi loyalitas konsumen jangka panjang.
3. Terdapat signifikan positif dari review produk terhadap minat beli produk hand body lotion Citra di Kota Bandung sebesar 70,2%. Hal ini menunjukkan bahwa review produk berperan penting untuk mempengaruhi minat beli terhadap hand body lotion Citra.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah rekomendasi untuk meningkatkan pengaruh review produk terhadap minat beli handbody lotion Citra di Kota Bandung:

1. Meningkatkan kualitas review produk:
 - Mendorong ulasan positif dari pengguna yang puas
 - Menyediakan informasi detail tentang bahan dan manfaat produk
 - Meningkatkan interaksi dengan konsumen untuk memahami kebutuhan mereka
2. Memperkuat strategi pemasaran untuk meningkatkan minat beli:
 - Mengembangkan program promosi yang menarik
 - Melakukan survei rutin untuk mendapatkan umpan balik konsumen
 - Menawarkan jaminan kepuasan atau pengembalian uang
 - Memberikan insentif untuk pembelian langsung di toko
3. Meningkatkan transparansi dan edukasi konsumen:
 - Menyediakan informasi produk yang lengkap dan transparan
 - Mengembangkan program edukasi konsumen tentang perawatan kulit
 - Menampilkan testimoni dan ulasan yang jujur dan beragam

Dengan menerapkan rekomendasi ini, diharapkan dapat meningkatkan efektivitas review produk dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap handbody lotion Citra di Kota Bandung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis memiliki rasa bersyukur tulus semua pihak mendukung dalam penyelesaian ini. Berima kasih saya mengucapkan kepada Ibu Prety Diawati dan Bapak Bambang Triputranto selaku dosen pembimbing sudah memberikan arahan agar cepat dalam penyelesaian laporan ini. Terima kasih juga kepada seluruh dosen, teman-teman, dan kedua orang tua. Semoga penelitian ini dapat menghadirkan manfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan

masyarakat luas.

REFERENSI

- Amienah Atthahirah. (2023). Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Influence Of Product Reviews on User Satisfaction of the Female Daily Application Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya. *Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 9(2), 140–149.
- Farki, A., & Baihaqi, I. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>
- Fatmala, A. (2022). Pengaruh Review Produk Dan Iklan Sebagai Media Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Pada Scarlet Whitening. *Jurnal Gemah Ripah*, 2(1), 1–18.
- Nur Annaziem. (2021). Pengaruh Label Halal , Harga , Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handbody Lotion Citra (Studi Pada Pengguna Handbody Lotion Citra di Kebumen) Nur Annaziem S1 Manajemen , Universitas Putra Bangsa Abstrak Penelitian ini bertujuan untu. *Universitas Putra Bangsa*, 1–10.
- Rahman, A. (2021). PENGARUH KONTEN REVIEW SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A72 DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT(Survey pada penonton channel Youtube GadgetIn). *UrusanIlmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, UniversitasPersada Indonesia Y.A.*, 26(2), 83–92.
- Roxanne, R., Rasyidin, N., & Setijadi, N. N. (2023). Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Kesadaran Lingkungan Generasi Milenial Study Pada Kapal Pengangkut Coldplay. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 859–865. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1384>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sugiyono, D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Yutika, C. H., Adiwijaya, A., & Faraby, S. Al. (2021). Analisis Sentimen Berbasis Aspek pada Review Female Daily Menggunakan TF-IDF dan Naïve Bayes. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 5(2), 422. <https://doi.org/10.30865/mib.v5i2.2845>