

**PENGARUH *KOREAN WAVE*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP MINAT
BELI ULANG *SKINCARE* SCARLETT DENGAN
CUSTOMER ATTITUDE SEBAGAI VARIABEL
MODERASI DI KOTA SUNGAI PENUH**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun oleh :
NUR ANISA PERMAISURI
NIM: 2010061201088
Melifia Liantifa, S.P., M.Si

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2024**

**PENGARUH KOREAN WAVE, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN
ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP MINAT
BELI ULANG SKINCARE SCARLETT DENGAN
CUSTOMER ATTITUDE SEBAGAI VARIABEL
MODERASI DI KOTA SUNGAI PENUH**

Nur Anisa Permaisuri

Email: annisapermaisuri28@gmail.com

Pembimbing Melifia Liantifa, S.P, M.Si

Email: mel.liantifa@gmail.com

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan pengaruh *Korean Wave*, *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* terhadap Minat Beli Ulang *skincare* Scarlett dengan *Customer Attitude* sebagai variabel Moderasi di Kota Sungai Penuh. Responden pada penelitian ini adalah 100 responden yang menggunakan *skincare* Scarlett di Kota Sungai Penuh. Pengumpulan data menggunakan *google form*. Alat analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif, *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian ini *Korean Wave* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang *skincare* Scarlett di Kota Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($2,503 > 1,98525$). *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang *skincare* Scarlett di Kota Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($4,135 > 1,98525$). *Online Customer Rating* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang *skincare* Scarlett di Kota Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($3,503 > 1,98525$). *Customer Attitude* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang *skincare* Scarlett di Kota Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($2,146 > 1,98525$). *Korean Wave* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang *skincare* Scarlett dengan *Customer Attitude* sebagai variabel moderasi di Kota Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($2,888 > 1,98525$). *Online Customer Review* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang *skincare* Scarlett dengan *Customer Attitude* sebagai variabel moderasi di Kota Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan t hitung $<$ t tabel ($-1,942 < 1,98525$). *Online Customer Review* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang *skincare* Scarlett dengan *Customer Attitude* sebagai variabel moderasi di Kota Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan t hitung $<$ t tabel ($-0,675 < 1,98525$).

Kata Kunci : *Korean Wave*, *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, *Customer Attitude* dan Minat Beli Ulang

***INFLUENCE KOREAN WAVE, ONLINE CUSTOMER REVIEW
AND ONLINE CUSTOMER RATING ON INTEREST REBUY
SKINCARE SCARLETT WITH CUSTOMER ATTITUDE AS A
VARIABLE MODERATION IN SUNGAI PENUH CITY***

Nur Anisa Permaisuri

Email: annisapermaisuri28@gmail.com

Supervisor Melifia Liantifa, S.P, M.Si

Email: mel.liantifa@gmail.com

Management Study Program

Sakti Alam Kerinci College of Economics

ABSTRACT

The purpose of this research is to prove the effect Korean Wave, Online Customer Review And Online Customer Rating on Repurchase Intention skincare Scarlett with Customer Attitude as a Moderation variable in Sungai Penuh City and how big its influence is. The respondents in this study were 100 respondents who used skincare Scarlett in Sungai Penuh City. Data collection using google form. The data analysis tools used are Descriptive Analysis, Coefficient of Determination, Moderated Regression Analysis (MRA), and the hypothesis test used is the t test. Results of this research Korean Wave has a significant effect on interest in repurchasing Scarlett skincare in Sungai Penuh City, this is proven by $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($2.503 > 1.98525$). Online Customer Review has a significant influence on interest in repurchasing Scarlett skincare in Sungai Penuh City, this is proven by $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($4.135 > 1.98525$). Online Customer Rating has a significant influence on interest in repurchasing Scarlett skincare in Sungai Penuh City, this is proven by $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($3.503 > 1.98525$). Customer Attitude has a significant influence on interest in repurchasing Scarlett skincare in Sungai Penuh City, this is proven by $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($2.146 > 1.98525$). Korean Wave significant effect on Repurchase Intention skincare Scarlett with Customer Attitude as a moderating variable in Sungai Penuh City, this is proven by $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($2.888 > 1.98525$). Online Customer Review does not have a significant effect on Repurchase Intention skincare Scarlett with Customer Attitude as a moderating variable in Sungai Penuh City, this is proven by $t \text{ count} < t \text{ table}$ ($-1.942 < 1.98525$). Online Customer Review does not have a significant effect on Repurchase Intention skincare Scarlett with Customer Attitude as a moderating variable in Sungai Penuh City, this is proven by $t \text{ count} < t \text{ table}$ ($-0.675 < 1.98525$).

Keywords : *Korean Wave, Online Customer Review, Online Customer Rating, Customer Attitude and Repurchase Intention*