

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived quality* dan *online consumer review* terhadap *purchase intention* pada produk lip balm Maybelline di kota Padang. Penelitian ini memilih produk Maybelline karena produk Maybelline menduduki peringkat pertama pada *top brand* penjualan kosmetik bibir di Shopee.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling *nonprobability* yaitu jenis *purposive sampling* dengan dikumpulkan sebanyak 100 responden pengguna yang dipilih adalah penduduk di kota Padang, mengetahui lip balm Maybelline, sudah pernah menggunakan lip balm Maybelline, sudah pernah membaca *review* tentang lip balm Maybelline.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif pada variabel *perceived quality*, memiliki nilai persentase sebesar 70,34% yang termasuk dalam kategori baik, variabel *online consumer review*, memiliki nilai persentase sebesar 76,00% yang termasuk dalam kategori baik, variabel *purchase intention*, memiliki nilai persentase sebesar 68,85% yang termasuk ke dalam kategori baik.

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, secara parsial hubungan *perceived quality* dan *online consumer review* terhadap *purchase intention* terdapat pengaruh yang signifikan. Sedangkan secara simultan disimpulkan bahwa variabel *perceived quality* dan *online consumer review* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci : *Perceived Quality, Online Consumer Review, Purchase Intention*