

ABSTRAK

Teknologi yang berkembang begitu pesat berperan penting bagi hadir dan berkembangnya internet. Internet memberi perubahan yang sangat besar di segala bidang, termasuk dunia bisnis yang sudah menerapkan bisnis digital. Salah satu hasil perkembangan bisnis digital adalah *e-commerce* dan membuat perubahan dalam kegiatan jual beli konvensional menjadi dalam jaringan atau biasa disebut *online*. Kemudahan yang ditawarkan oleh layanan belanja *online* membuat orang yang menggunakan internet di Indonesia, sejumlah 96% dari total pengguna internet di Indonesia, telah menggunakan *e-commerce*.

Industri kecantikan juga mulai memasuki pasar *online* hingga semakin banyak *e-commerce* kecantikan bermunculan di Indonesia, salah satunya Sociolla. Sociolla merupakan situs belanja *online* yang mengkhususkan dirinya untuk menjual kosmetik dan barang-barang kecantikan lainnya. Sociolla berdiri sejak tahun 2015 dengan tujuan utama pendiriannya yaitu memberikan pengalaman belanja *online* kecantikan yang lebih baik di Indonesia. Sociolla masuk ke dalam peringkat 10 besar *e-commerce* yang memiliki pengunjung terbesar pada kuartal ke-III tahun 2019 di Indonesia. Namun, dari data yang ada juga ditemukan bahwa pada tahun 2020 pengunjung Sociolla berkurang dari tahun sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas informasi terhadap minat beli konsumen pada *e-commerce* Sociolla. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wanita berusia 18 hingga 30 tahun dengan sampel yang berdasarkan rumus slovin didapat berjumlah 400. Kemudian, dilakukan analisis terhadap 400 data responden dari kuesioner yang dibagikan melalui Google Form. Variabel bebas pada penelitian ini adalah citra merek (X1) dan kualitas informasi (X2). Variabel terikat pada penelitian ini adalah minat beli (Y). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ditemukan bahwa variabel citra merek dan variabel kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli pada *e-commerce* kecantikan Sociolla.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Informasi, dan Minat Beli.