

ABSTRAK

Bisnis kecantikan semakin berkembang setelah kehadiran *e-commerce* di Indonesia. Terlihat dari penggunaan *e-commerce* setiap tahunnya juga mengalami peningkatan. Pertumbuhan *e-commerce* yang terus berpotensi untuk mengembangkan bisnis. Sociolla merupakan perusahaan yang terus melakukan inovasi dalam memposisikan diri sebagai industri kecantikan terbaik dengan melakukan menjaga kualitas produknya, memberikan kenyamanan dalam berbelanja, memberikan harga yang terjangkau serta melakukan promosi sehingga mampu meningkatkan minat beli konsumen pada Sociolla.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *e-product*, *e-price*, *e-place* dan *e-promotion* yang diterapkan Sociolla sehingga dapat menarik minat pembelian generasi millennial di *online store* Sociolla. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanasi dan deskriptif. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Pada penelitian ini menggunakan teknis analisis data regresi linear berganda yang diolah menggunakan Statistical Product and Service Solutions (SPSS) Versi 26.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh hasil penelitian bahwa 1). *e-product* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian generasi millennial di *online store* Sociolla 2). *e-price* berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian generasi millennial di *online store* Sociolla 3). *e-price* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian generasi millennial di *online store* Sociolla 4). *e-promotion* berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian generasi millennial di *online store* Sociolla dan 5). *e-product*, *e-price*, *e-place* dan *e-promotion* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian generasi millennial di *online store* Sociolla.

Kata Kunci: *E-Product, E-Price, E-Place, E-Promotion*, Minat Beli, Sociolla