

ABSTRAK

Perkembangan bisnis yang dilakukan secara *online* semakin pesat. Secara tidak langsung pemanfaatan dan penggunaan teknologi dan informasi sudah mulai diakui keberadaannya. Dengan semakin berkembangnya teknologi di era globalisasi ini pertumbuhan ekonomi juga ikut berkembang sehingga mempengaruhi minat beli konsumen dalam berbagai hal termasuk juga dunia kecantikan. Banyak orang beranggapan bahwa *skincare* merupakan terapi sehingga ini mempengaruhi popularitas dari *skincare* itu sendiri. Saat ini sudah banyak *brand* yang hadir mengisi pasar Indonesia, baik itu *brand* lokal maupun internasional. *Brand* lokal dengan kualitas yang baik dengan harga terjangkau menjadikan industri kecantikan semakin berkembang. Salah satu dari *brand* lokal yaitu Scarlett *Whitening*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form* kepada peminat Scarlett, dengan jumlah responden yang dibutuhkan 385 orang yang ada di Indonesia namun dibulatkan menjadi 424 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan *SEM* dengan menggunakan *software* SmartPLS.

Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *online customer review* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *trust*, variabel *influencer review* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *trust*. Kemudian variabel *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel *online customer review* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, *influencer review* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Jadi, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antar variabel. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pihak perusahaan Scarlett sebagai bahan untuk mengevaluasi produk-produknya dan juga bisa melihat dan mendengar ulasan dari *influencer* ataupun *customer* terkait ulasan produk mereka untuk bisa meningkatkan kualitas produknya.

Kata Kunci : *Online Customer Review, Influencer Review, Trust, dan Minat Beli.*