

## ABSTRAK

*Perkembangan teknologi yang pesat telah mengubah perilaku konsumen dan memberikan dampak yang signifikan terhadap kegiatan ekonomi dan bisnis. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya orang yang bergantung pada saluran online seperti e-commerce untuk mencari dan membeli barang yang dibutuhkan karena dianggap lebih mudah dan efektif. Salah satu kebutuhan masyarakat Indonesia terutama pada wanita saat ini yaitu skincare dan makeup. Somethinc adalah salah satu brand skincare dan makeup Indonesia yang paling laris di e-commerce, namun masih berada di urutan bawah pada kategori brand makeup lokal terlaris dengan market share sebesar 4.31%.*

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana e-WOM, yang terdiri dari ulasan pelanggan dan dukungan influencer terhadap keinginan pembelian untuk produk Somethinc, berdasarkan Trust sebagai variabel moderasi, berdampak.*

*Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Model analisis struktural SEM digunakan. Pada penelitian ini, sampel non-probability diambil dari 385 orang yang menjawab. Metode pengumpulan data adalah kuesioner online yang disebarluaskan melalui Google Forms. Software SMART PLS 3.0 akan digunakan untuk mengolah penelitian ini.*

*Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa ulasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli produk Somethinc, endorsement influencer memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli produk Somethinc, dan kepercayaan tidak memoderasi hubungan antara ulasan pelanggan dan niat membeli produk Somethinc.*

*Adapun saran yang dapat penulis berikan untuk perusahaan, yaitu untuk dapat memberikan lebih banyak informasi mengenai produk Somethinc kepada influencer endorsement dan untuk lebih meningkatkan kualitas produk sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang nantinya akan memberikan ulasan yang positif. Kepercayaan harus dibangun oleh perusahaan kepada pelanggan, dimana hal tersebut akan meningkatkan kepercayaan diri pelanggan dalam menentukan produk yang akan dibeli. Selain itu untuk penelitian selanjutnya untuk dapat meneliti objek lain di bidang industri yang sama agar dapat memperluas penelitian.*

**Kata Kunci:** *Customer Review, Influencer Endorsement, e-WOM, Trust, Purchase Intention*