

ABSTRAK

Industri kosmetik merupakan salah satu sektor unggulan di Indonesia. Perkembangan dan kemajuan industri semakin pesat. Pesatnya kemajuan sektor industri menimbulkan tingkat persaingan usaha yang semakin ketat. Sektor kosmetik sangat diuntungkan dengan pesatnya perkembangan e-commerce. Sociolla merupakan platform e-commerce kecantikan terbesar di Indonesia yang digunakan oleh produk kosmetik Barenbliss. Penggunaan e-commerce erat kaitannya dengan electronic word of mouth dan kegiatan pembelian online.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Electronic Word of Mouth pada Pembelian Online terhadap Minat Beli produk Barenbliss.

Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif, data dikumpulkan dari 110 responden menggunakan kuesioner Google form. Data kemudian diolah menggunakan SPSS versi 29.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Informasi, Kuantitas Informasi, Kredibilitas Informasi, Kegunaan Informasi, dan Adopsi Informasi berpengaruh terhadap Niat Pembelian.

Produk kecantikan sebaiknya dapat memberikani Informasi yang berkualitas dalam hal ini adalah informasi yang dapat dimengerti, jelas dan sesuai dengan fakta serta relevan dengan kebutuhan konsumen, kredibilitas informasi, dan informasi yang dapat membantu konsumen untuk memutuskan pembelian akan sangat berpengaruh terhadap niat pembelian.

Kata Kunci: *Electronic Word-of-Mouth, Niat Membeli Online, Kualitas Informasi, Kuantitas Informasi, Kegunaan Informasi, Adopsi Informasi, Barenbliss*