

## ABSTRAK

Perkembangan digital saat ini berhasil mengurangi hambatan-hambatan dalam pemasaran. Aktivitas pemasaran dulu biasanya dilakukan terbatas melalui televisi dan koran-koran. Terlebih lagi saat ini banyak pelanggan dapat dengan mudah menemukan rekomendasi-rekomendasi produk serta berdiskusi dengan pelanggan lainnya di platform media sosial, istilah tersebut disebut dengan *Electronic word of mouth*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara jumlah pengikut (*micro* dan *meso influencer*), kredibilitas sumber, *electronic word of mouth* serta kualitas argumen atau tingkat persuasi yang dihasilkan dalam berbagai konteks media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data dilakukan menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang kemudian diolah dengan menggunakan *software* SmartPLS 4. Dalam penelitian ini digunakan 400 responden dengan karakteristik sesuai dengan yang dibutuhkan yakni pengguna media sosial Tiktok di Indonesia dalam kelompok usia generasi Z (12-27 tahun) yang pernah membeli produk kecantikan.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh secara signifikan dari *Number of followers (micro dan meso influencer)* terhadap *perceived source credibility*, terdapat pengaruh secara signifikan dari *Perceived source credibility* terhadap *electronic word of mouth*, terdapat pengaruh secara signifikan dari *Number of followers (micro dan meso influencer)* terhadap *electronic word of mouth*, terdapat pengaruh signifikan dari *Number of followers (micro dan meso influencer)* terhadap *electronic word of mouth* melalui *perceived source credibility*, kemudian ditemukan juga hasil bahwa *argument quality* memperkuat hubungan antara *number of followers (micro dan meso influencer)* terhadap *perceived source credibility*, serta *argument quality* memperkuat hubungan antara *perceived source credibility* terhadap *electronic word of mouth*.

**Kata kunci:** *number of followers, perceived source credibility, argument quality, e-wom*