ABSTRAK

Pertumbuhan *e-commerce* yang pesat di Indonesia, khususnya pada *platform* Shopee, menciptakan peluang strategis bagi merek lokal seperti Eiger untuk meningkatkan niat beli konsumen secara daring, mengingat perilaku belanja konsumen telah bergeser secara signifikan dari *offline* ke *online*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-WOM*, *brand image*, dan *e-trust* terhadap *e-purchase intention* konsumen produk Eiger di Shopee serta menguji peran *e-trust* sebagai variabel mediasi. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 246 responden yang merupakan pengguna aktif Shopee yang pernah membeli atau berinteraksi dengan produk Eiger, dan data dianalisis dengan teknik *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-WOM* dan *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-trust* dan *e-purchase intention*, sementara *e-trust* terbukti menjadi mediator yang memperkuat pengaruh kedua variabel tersebut terhadap niat beli. Temuan ini sejalan dengan literatur terbaru yang menunjukkan pentingnya kepercayaan elektronik dalam transaksi *online* serta peran komunikasi *digital* dan citra merek dalam membentuk perilaku konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *digital marketing* yang menekankan pada ulasan konsumen positif dan pembentukan citra merek yang kuat sangat berperan dalam meningkatkan minat beli di *platform e-commerce*. Implikasi praktis dari penelitian ini dapat digunakan oleh pemilik merek, pengelola *platform*, dan *digital marketer* untuk merancang strategi pemasaran yang efektif berbasis pengalaman konsumen. Penelitian ini memiliki batasan pada ruang lingkup objek yang hanya mencakup produk Eiger di Shopee dan tidak mencakup platform lain, serta responden yang terbatas pada pengguna aktif Shopee, sehingga generalisasi temuan bersifat terbatas.

Kata Kunci: *e-purchase intention*, *e-WOM*, *brand image*, *e-trust*, Shopee, Eiger