

The Influence of E-WOM, Price, and Influencer Marketing on Intention to Buy Cosmetics

By Diah Hapany

ABSTRACT

This research is research using quantitative methods which aims to determine E-WOM, Price, and Influencer Marketing on Interest in Buying Cosmetics. The population in this study are active users of TikTokshop and have purchased Viva cosmetics products once among the Z generation who live in DKI Jakarta. The sample used in this research was 100 respondents via Google Form, using a quantitative approach with the Stratified proportionate stratified random sampling technique. The software used in this research testing is SmartPLS 4.0. The results of this study conclude that (1) E-WOM influences interest in purchasing cosmetics, (2) Price influences interest in purchasing cosmetics, and (3) Influencer marketing influences interest in purchasing cosmetics.

Keywords: *E-WOM, Price, Influencer Marketing, and Purchase Interest*

Pengaruh *E-WOM*, Harga, dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Kosmetik

Oleh Diah Hapany

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif yang mana bertujuan untuk mengetahui *E-WOM*, Harga, dan Influencer marketing terhadap Minat Beli kosmetik. Populasi pada penelitian ini ialah generasi Z yang berdomisili di DKI Jakarta yang aktif menggunakan Tiktokshop dan pernah membeli produk Viva kosmetik satu kali. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden melalui google form, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *Stratified proportionate stratified random sampling*. Software yang digunakan pada pengujian penelitian ini ialah SmartPLS 4.0. Hasil pada penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) *E-WOM* berpengaruh signifikan terhadap minat beli kosmetik, (2) Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli kosmetik, dan (3) *Influencer marketing* berpengaruh signifikan terhadap minat beli kosmetik.

Keyword : *E-WOM*, Harga, *Influencer Marketing*, dan Minat Be