

ABSTRAK

Gita Maharani Puteri Muliawan (01011190153)

“PENGARUH *SOCIAL MEDIA USAGE*, *E-WOM*, SERTA *TRUST* TERHADAP *PURCHASE DECISION INVOLVEMENT* PADA PERUSAHAAN *BEAUTY E-COMMERCE*: BEAUTYHAUL”

(xii + 84 halaman; 27 tabel; 8 gambar; 3 lampiran)

Penelitian ini mengajukan teori yang memberikan wawasan pada konteks *social media usage*, *electronic word of mouth*, *trust*, dan *purchase decision involvement*. Diteliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner *online*. Terdapat data sebanyak 203 responden yang memenuhi karakteristik. Data yang dikumpulkan diuji reliabilitas dan validitasnya menggunakan *software* SmartPLS 3.2.9 dengan metode PLS-SEM. Penelitian ini menemukan bahwa adanya pengaruh positif dalam hubungan *social media usage* dan *electronic word of mouth* terhadap *purchase decision involvement* yang dimediasi oleh *trust*. Implikasi dari temuan pada penelitian ini relevan untuk praktisi atau pemasar *e-commerce* khususnya industri kecantikan, dimana adanya peran keterlibatan konsumen dalam keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai pengetahuan dan informasi bagi pelaku *e-commerce* industri kecantikan dalam mempertimbangkan dan membuat strategi yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan keputusan pembelian konsumen melalui penggunaan media sosial, *e-WOM*, dan kepercayaan.

Referensi: 56 (1989 – 2022)

Kata Kunci: *Social Media Usage*, *Electronic Word of Mouth*, *Trust*, *Purchase Decision Involvement*