

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis pada periode saat ini mulai berkembang pesat yang dibuktikan dengan diikutinya perkembangan teknologi. Industri yang berkembang dengan baik dan bergerak relatif cepat adalah industri kosmetik. Salah satu merek skincare yaitu Scarlett Whitening ikut meramaikan pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *electronic word of mouth*, dan *influencer* untuk mendorong minat beli dalam melakukan keputusan pembelian. Metode pengumpulan data menggunakan purposive sampling. Pada penelitian ini diuji menggunakan 173 sampel yang didapat dari kuesioner. Data yang didapat diolah menggunakan analisis SEM dari program AMOS 22.

Hasil dari pengolahan data penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, *electronic word of mouth*, dan *influencer* memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli. Selain itu penelitian ini juga menunjukkan bahwa minat beli memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth*, *Influencer*, Minat Beli, Keputusan Pembelian