

ABSTRAK

Penelitian ini fokus pada pengaruh pemasaran media sosial (*social media marketing*) dan pernyataan dari mulut ke mulut secara elektronik (*electronic word of mouth*) terhadap keputusan pembelian (*purchase decision*) dalam pembelian produk Emina melalui platform *e-commerce* Shopee di Kota Semarang. Melibatkan 122 responden, penelitian menggunakan kuesioner daring dan langsung sebagai instrumen pengumpulan data. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dan struktural dengan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui program AMOS 26.

Hasil analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) menunjukkan bahwa pemasaran media sosial (*social media marketing*) memiliki hubungan yang signifikan dengan citra merek (*brand image*) tetapi pemasaran media sosial (*social media marketing*) tidak memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan pembelian (*purchase decision*). Selanjutnya, pernyataan dari mulut ke mulut secara elektronik (*electronic word of mouth*) ditunjukkan positif dan signifikan memengaruhi citra merek (*brand image*), sementara promosi dari mulut ke mulut melalui internet (*electronic word of mouth*) memiliki dampak positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (*purchase decision*). Namun, pemasaran media sosial (*social media marketing*) dan pernyataan dari mulut ke mulut melalui internet (*electronic word of mouth*) memiliki pengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian (*purchase decision*) melalui citra merek (*brand image*).

Temuan ini memberikan kontribusi penting untuk pemahaman faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam konteks pembelian produk melalui platform Shopee. Implikasi dari penelitian ini dapat membantu pelaku bisnis *e-commerce*, terutama pada bidang kecantikan, dalam merancang strategi yang lebih efektif terkait pemasaran media sosial (*social media marketing*) dan pernyataan dari mulut ke mulut secara elektronik (*electronic word of mouth*) untuk meningkatkan citra merek (*brand image*) sebuah produk.

Kata Kunci: Pemasaran Media Social, Pernyataan dari Mulut ke Mulut Secara Elektronik, Citra Merek, Emina, Shopee, Perdagangan Elektronik