

## ABSTRAK

Hadirnya internet memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk melakukan aktivitas, seperti salah satunya bagi pelaku bisnis dengan adanya *e-commerce*. Shopee merupakan *e-commerce* yang menawarkan berbagai kategori produk dan salah satunya produk kecantikan. *Skincare Somethinc* merupakan produk kecantikan yang masih terdapat kekurangan dalam beberapa aspek membuat Somethinc belum mampu unggul dalam persaingan. Penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel *brand image* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk *skincare Somethinc* di *e-commerce* Shopee. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian itu yaitu penelitian deskriptif dan asosiatif kausal menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik non probability sampling dengan metode sampling purposive. Data dianalisis dengan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan software IBM SPSS Versi 25. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel *brand image* secara keseluruhan sejumlah 84,7% berada pada kategori sangat baik. Variabel *electronic word of mouth* secara keseluruhan sejumlah 83,7% berada pada kategori baik. Serta variabel keputusan pembelian secara keseluruhan sejumlah 89,4% berada pada kategori sangat baik. Adapun hasil analisis regresi linear berganda atas pengaruh *brand image* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian sebesar 31,4% dan sisanya 68,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Brand Image, Electronic Word of Mouth, Keputusan Pembelian.*