

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di dunia secara langsung memiliki dampak terhadap sektor perekonomian khususnya lokapasar elektronik atau *e-commerce*. Nilai penjualan bruto *e-commerce* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang positif sejak tahun 2020, dan diprediksi akan terus bertambah hingga tahun 2027. Produk kesehatan dan kecantikan merupakan produk yang paling sering dibeli di *e-commerce* Indonesia. Salah satu *e-commerce* yang secara khusus menjual produk kecantikan adalah Sociolla. Sociolla menawarkan produk kecantikan dengan jaminan orisinalitas langsung dari *brand* kecantikan tersebut. Sociolla hadir untuk memberi solusi bagi konsumen produk kecantikan yang kesulitan mendapatkan produk kecantikan yang *orisinal*.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh *trusting beliefs* pengguna Sociolla dan *intention to purchase* pada *e-commerce* Sociolla. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai bentuk sumbangsih penelitian di bidang ekonomi dan menjadi gambaran mengenai fenomena yang terjadi di tengah masyarakat Indonesia. Sistematika penulisan dimulai dari bab satu yang berisi pendahuluan, kemudian tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan, kemudian ditutup dengan bab 5 yang berisi kesimpulan dan saran.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kausalitas. Sumber data berasal dari kuesioner yang disebarakan kepada sampel dari populasi konsumen kecantikan Indonesia yang membeli produk kecantikan secara *online* di *platform* Sociolla. Data diolah dengan alat analisis SEM-PLS menggunakan *software* SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *competence* dan *benevolence* yang merupakan subvariabel dari *trusting beliefs* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to purchase*. Sedangkan *integrity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *intention to purchase*. Kemudian *intention to purchase* memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan *post-purchase*, namun tidak dengan *post-purchase*.

Kata Kunci: *E-Commerce, Purchase Intention, Sociolla, Trusting Beliefs*