

## ABSTRAK

Persaingan dalam industri *skincare* di Indonesia semakin ketat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan kulit. TikTok, sebagai salah satu *platform* media sosial dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia dapat menjadi media yang strategis untuk menyampaikan informasi dan memasarkan suatu produk, namun juga memunculkan fenomena *overclaim* yang diungkap melalui konten edukatif oleh dokter detektif. Hal ini mendorong konsumen menjadi lebih kritis terhadap keaslian dan kredibilitas produk. Hanasui menjadi salah satu merek lokal yang lolos uji laboratorium dan tidak terbukti melakukan *overclaim*, namun belum termasuk dalam jajaran merek terbesar di TikTok Shop.

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* (eWOM) di TikTok terhadap niat pembelian produk Hanasui. Sub variabel dari eWOM dalam penelitian ini yaitu *information quality*, *information quantity*, *information credibility*, *information task-fit*, *needs of information*, *attitude towards information*, *information usefulness*, dan *information adoption*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif kausal. Data dikumpulkan berdasarkan penyebaran kuesioner yang diperoleh sebesar 385 responden. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling Partial Least-Square* (SEM-PLS) dengan menggunakan Smart PLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *information quality*, *information quantity*, *information credibility*, *information task-fit*, *needs of information*, *attitude towards information* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *information usefulness*. Selanjutnya *information usefulness* dan *information adoption* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian.

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu, Hanasui disarankan untuk lebih memahami kebutuhan informasi konsumen, khususnya terkait informasi awal mengenai produk yang sering dicari sebelum melakukan pembelian.

**Kata kunci:** eWOM, niat pembelian, *skincare*, TikTok, Hanasui