

ABSTRAKSI

Melani Rahmawati, 152220172, Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), *Live Streaming*, dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* Produk *Lip tint* Dear Me Beauty di Shopee”. Penelitian ini dibimbing oleh dosen pembimbing Dr. Susanta M. Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) (X1), *Live Streaming* (X2), dan *Brand Image* (X3) terhadap *Purchase Intention* (Y) pada produk *Lip tint* Dear Me Beauty di Shopee. Tipe penelitian ini adalah *Explanatory Research*, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan serta pengaruh variabel *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) (X1), *Live Streaming* (X2), dan *Brand Image* (X3) terhadap variabel *Purchase Intention* (Y) pada produk *Lip tint* Dear Me Beauty di Shopee. Besarnya sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik penentuan sampel menggunakan rumus Lemeshow. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial. Alat analisis yang digunakan dalam pengolahan data adalah SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) (X1), *Live Streaming* (X2), dan *Brand Image* (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* (Y) produk *Lip tint* Dear Me Beauty di Shopee. Selain itu, *Brand Image* menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi *Purchase Intention*. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 70,1%. Oleh karena itu, pihak Dear Me Beauty perlu mempertahankan dan meningkatkan strategi pemasaran digital melalui penguatan ulasan positif konsumen, optimalisasi *Live Streaming* yang interaktif, serta penguatan citra merek yang positif. Dengan demikian, optimalisasi e-WOM, *Live Streaming*, dan *Brand Image* secara berkelanjutan diharapkan dapat meningkatkan *Purchase Intention* konsumen terhadap produk *Lip tint* Dear Me Beauty di Shopee.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), *Live Streaming*, *Brand Image*, *Purchase Intention*, Dear Me Beauty, Shopee.