

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Pengaruh *Online Consumer Review*, *Social Media Advertisement*, dan *Influencer Endorsement* Terhadap Niat Beli (*Purchase Intention*) Produk Skincare Avoskin. Penelitian ini menggunakan pendekatan desain penelitian deskriptif dengan data empiris yang dikumpulkan melalui survei online sampel responden di Jabodetabek. Data empiris kemudian diolah menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling untuk menguji sejumlah hipotesis yang diajukan.

Hasil penelitian ini *Online Consumer Review* tidak berpengaruh terhadap niat beli pada produk skincare avoskin. Sedangkan, *Social Media Advertisement* dan *Influencer Endorsement* berpengaruh positif terhadap niat beli produk Skincare Avoskin. Penelitian selanjutnya dapat menguji dengan menggunakan sampel dan variabel lain.

**Kata Kunci:** *Online Consumer Review, Social Media Advertisement, Influencer Endorsement, Purchase Intention*

