

**PENGARUH *INFLUENCER ENDORSEMENT*, *ONLINE*
COSTUMER REVIEW DAN *BRAND IMAGE*, TERHADAP NIAT
BELI PADA PRODUK SKINTIFIC DENGAN *CUSTOMER*
TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Skripsi Manajemen Pemasaran
Pada Program Studi Manajemen**

Dosen Pengampu:

Wenefrida Mahestu N.Krisjanti, S.E.,M.Sc.,Ph.D.



Disusun Oleh:

Ivanna lyora

NPM: 200325824

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH *INFLUENCER ENDORSEMENT*, *ONLINE
COSTUMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE*, TERHADAP NIAT
BELI PADA PRODUK SKINTIFIC DENGAN *CUSTOMER
TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI



Disusun Oleh:

Ivanna Lyora

NPM: 200325824

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, belonging to Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, is positioned below the 'Pembimbing' label. The signature is fluid and cursive.

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

Tanggal, 14 Juli 2025

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *INFLUENCER ENDORSEMENT*, *ONLINE COSTUMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE*, TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK SKINTIFIC DENGAN *CUSTOMER TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh:

Ivanna Lyora

NPM: 200325824

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 13 Agustus 2025

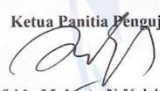
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jara Priyogutomo, MBA.


Oscar Chrismadian Noventa, SE., M.Sc.

Yogyakarta,

Agustus 2025

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan skripsi dengan judul :

PENGARUH *INFLUENCER ENDORSEMENT, ONLINE COSTUMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE*, TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK SKINTIFIC DENGAN *CUSTOMER TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Benar- benar merupakan hasil karya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain di dalamnya. Saya menyadari bahwa jika di kemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi dalam skripsi ini, gelar dan ijazah yang saya peroleh dapat dinyatakan batal dan saya bersedia untuk mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 22 Agustus 2025

Yang menyatakan



Ivanna Lyora

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Influencer Endorsement*, *Online Costumer Review* Dan *Brand Image* Terhadap Niat Beli Pada Produk Skintific Dengan *Customer Trust* Sebagai Variabel Mediasi”. Penulis skripsi ini merupakan syarat yang harus ditempuh untuk dapat menyelesaikan program strata satu (S1).

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang begitu dalam, penulis mempersembahkan karya ini sebagai bukti nyata dari perjuangan yang penuh air mata, kelelahan, harapan, dan kasih dari banyak orang yang begitu berarti dalam hidup penulis. Tanpa mereka, mungkin skripsi ini takkan pernah terselesaikan. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, terima kasih atas kasih dan penyertaan-Mu yang tak pernah berhenti. Di saat penulis berada di titik terendah, saat rasanya ingin menyerah, Tuhan selalu hadir memberikan kekuatan yang tidak datang dari diri sendiri. Terima kasih karena Engkau tidak pernah meninggalkan penulis, meski penulis sering kali ragu dan kehilangan arah. Semua pencapaian ini bukan karena hebatnya penulis, tapi karena Tuhan yang terus menopang, menguatkan, dan memberikan jalan. Tuhan Yesus tetap lah selalu menggendong penulis kemana pun Tuhan Yesus berjalan.
2. Mama, Rumondang Siregar, terima kasih karena telah menjadi alasan terkuat bagi penulis untuk tetap bertahan dan menyelesaikan semuanya. Terima kasih untuk setiap doa yang mama panjatkan dalam diam, setiap keringat dan air mata yang mama curahkan demi masa depan penulis. Maaf karena perjalanan ini begitu panjang dan tidak mudah, tapi justru dari pengorbanan Mama, penulis belajar arti ketulusan dan kekuatan sejati. Skripsi ini adalah bukti kecil dari doa dan cinta Mama yang luar biasa.
3. Almarhum Bapak, Eben Situmorang, walau Bapak sudah tiada, penulis selalu merasa Bapak tetap ada dalam semangat dan pikiran. Setiap kali merasa lelah, penulis mengingat impian untuk membuat Bapak bangga. Semoga dari tempat

terbaik di sisi Tuhan, Bapak tahu bahwa penulis telah berjuang sekuat tenaga demi mewujudkan harapan yang dulu pernah Bapak tanamkan.

4. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada Ibu Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar, teliti, dan penuh dedikasi memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penulisan skripsi ini. Berkat bimbingan dan dorongan dari beliau, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
5. Nova Yanti, Raja Situmorang, Eky Simangunsong, Arnol, dan Satria. Selaku kakak, abang, dan adik penulis yang tercinta. Terima kasih karena telah menjadi bagian penting dari perjalanan ini. Di tengah rasa lelah, putus asa, dan semua keraguan yang penulis alami, kalian hadir sebagai sumber kekuatan yang tidak pernah padam. Terima kasih atas doa doa yang kalian panjatkan diam diam, atas canda tawa yang membuat beban terasa sedikit lebih ringan. Kalian selalu tahu cara paling sederhana tapi tulus untuk menunjukkan cinta dari sekadar memberi semangat dengan kata-kata seadanya sampai memberikan jajan hanya agar penulis tidak terlalu stres. Khusus untuk Arnol, terima kasih karena telah membantu di saat-saat darurat yang membuat penulis bisa tetap fokus menyelesaikan skripsi ini.
6. Matthew Jonathan Simanungkalit, selaku seseorang yang kehadirannya begitu berarti bagi penulis. Terima kasih karena sudah menjadi sumber motivasi dalam perjalanan dalam proses ini. Terima kasih karena selalu hadir, bukan hanya di saat senang, tapi juga di saat penulis merasa hancur dan kehilangan semangat. Terima kasih atas semua perhatian, pelukan hangat, dan kalimat-kalimat sederhana yang selalu bisa membuat hati ini kembali kuat. Terimakasih selalu percaya disetiap proses penulis dan kesabaranmu selama proses ini. Kamu bagian penting dari perjuangan ini.
7. Ruth Welsy, sahabat yang sudah seperti keluarga sendiri. Terima kasih karena sudah ada sejak dulu, sejak semuanya masih sederhana, hingga di titik paling melelahkan dalam hidup penulis menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena selalu hadir, bukan hanya dalam tawa, tapi juga dalam tangis. Terima kasih

untuk setiap waktu yang kamu luangkan untuk mendengarkan keluh kesah, untuk setiap kalimat penguat yang kamu ucapkan saat penulis merasa ingin menyerah. Kamu selalu tahu harus bilang apa tanpa penulis harus banyak bercerita. Terima kasih karena sudah bertahan menjadi sahabat sejati, yang tidak pernah lelah menemani, bahkan di saat penulis mulai lelah dengan semuanya.

8. Dina Damanik, sahabat dan sekaligus teman sekelas selama menempuh pendidikan di Jogja. Terimakasih yang tulus penulis sampaikan kepada Dina Irene Febrina Damanik, Terimakasih selalu hadir sebagai teman kemana pun penulis pergi. Terima kasih sudah mau mendengar semua keluh kesah penulis tanpa pernah menghakimi. Terima kasih karena mau berteman dengan tulus, tahu semua suka duka penulis, dan tetap melihat penulis sebagai manusia yang berharga, bukan seperti sampah. Dina adalah orang yang percaya kalau penulis bisa bangkit dari semua masalah yang pernah menimpah penulis, bisa menata hidup kembali, dan bisa menyelesaikan skripsi ini. Dukungan itu sangat berarti, jadi alasan penulis tetap kuat dan tidak menyerah. Terima kasih juga untuk semua saran, tawa, candaan, dan cerita-cerita kita mulai dari hal kecil yang receh sampai mimpi besar tentang masa depan. Semua itu jadi kenangan yang tidak akan penulis lupakan. Kita sudah membuktikan kalau kita bisa berjuang. Semoga suatu hari nanti, setelah selesai dari Atma Jaya, kita bisa bertemu lagi, saling tersenyum, dan bangga atas perjalanan yang sudah kita lalui.
9. Cyntia Simanullang, Terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada Cyntia. Walaupun kita baru berteman, rasanya seperti sudah berteman lama. Terima kasih karena selalu mau membantu penulis selama proses penulisan skripsi ini, mengajari cara mengolah data, bahkan menemani sampai skripsi ini selesai. Di tengah kesibukanmu bekerja, kamu tetap meluangkan waktu untuk membantu penulis. Terima kasih juga karena selalu meyakinkan penulis bahwa penulis mampu mengerjakan skripsi ini sendiri, bahkan bisa menyelesaikannya lebih cepat dari yang dibayangkan 2 bulan. Dukungan dan keyakinan darimu benar-benar menjadi penyemangat besar bagi penulis untuk terus berusaha sampai akhir.

10. Christine Natalia, Evelyn, Winny, Indah dan Agnes, sahabat-sahabat terbaik selama perjalanan di Yogyakarta. Terima kasih karena sudah menjadi rumah yang hangat ketika semuanya terasa dingin dan berat. Kalian bukan hanya sekadar teman, tapi sudah menjadi bagian dari hidup penulis, yang selalu hadir dalam setiap suka dan duka. Terima kasih karena selalu sabar mendengarkan semua keluhan penulis, bahkan saat isi cerita itu berulang-ulang dan tidak selalu masuk akal. Terima kasih atas saran-saran terbaik yang kalian berikan, yang sering kali menjadi titik balik semangat penulis saat nyaris menyerah. Terima kasih karena telah menjadi teman belajar yang setia, duduk berjam-jam di kafe hingga larut malam, ditemani tumpukan tugas dan kopi yang sudah tak terhitung. Kalian membuat proses ini terasa tidak sendirian. Bahkan di saat kepala ini penuh dan hati terasa sesak, kalian datang dengan tawa, candaan, dan pelukan hangat yang membuat semuanya jadi lebih ringan. Kalian tahu kapan harus serius, kapan harus menghibur, dan kapan hanya perlu duduk diam di samping penulis tanpa berkata apa-apa. Terima kasih karena sudah ada sungguh ada di masa yang paling sulit sekalipun. Persahabatan kita adalah salah satu bagian terindah dari proses panjang ini.
11. Ivanna Lyora Situmorang, Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada diri sendiri. Terima kasih karena sudah mau berjuang dan akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini hanya dalam waktu dua bulan. Terima kasih karena sudah menelan semua duka yang pahit, tetapi tetap mau bangkit dari setiap sakit yang pernah dirasakan. Terima kasih karena tidak pernah berhenti berjuang, meskipun pernah ditertawakan satu kelas, dianggap remeh karena harus bolak-balik Jakarta–Jogja, dan dipandang tidak mampu oleh teman sendiri. Semua itu tidak membuat penulis menyerah. Justru dengan semua luka dan rasa sakit itu, penulis membuktikan bahwa bisa menyelesaikan semuanya sampai tuntas, walaupun prosesnya berat dan sangat menguras mental. Terima kasih juga karena tetap bertahan menjalani hidup dengan bolak-balik Jakarta–Jogja demi bekerja dan kuliah, tanpa banyak mengeluh, tanpa membiarkan tubuh sakit. Terima kasih, Ivanna, karena sudah kuat, sudah berani, dan sudah membuktikan bahwa semua rintangan itu bisa

dilewati. Mungkin memang sedikit terlambat, tapi tidak pernah ada kata sia-sia. Kini, ada rasa bangga yang besar karena akhirnya bisa sampai di titik yang dulu bahkan terasa mustahil untuk dicapai. Saatnya untuk beristirahat sebentar, tidur dengan nyenyak, memberi tubuh yang lelah kesempatan untuk pulih, sebelum kembali menghadapi kenyataan dan perjalanan baru di dunia kerja. Terima kasih, Ivanna, karena sudah bertahan, sudah berjuang, dan akhirnya berhasil sampai di sini.

12. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada 181 responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membaca dan mengisi kuesioner dengan penuh perhatian. Tanpa bantuan dan partisipasi tulus dari 181 responden ini, penulis akan mengalami banyak kesulitan dalam proses pengolahan data. Dukungan dan kontribusi tersebut sangat berarti hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Apapun yang dimulai dengan doa, tidak akan Kembali dengan tangan kosong”

“Orang- orang yang menabur dengan mencururkan air mata, akan menuai dengan bersorak-sorai. Orang yang berjalan maju dengan menangis sambil menabur benih, pasti pulang dengan sorak-sorai sambil membawa berkas-berkasnya”

(Mazmur 126: 5-6)

“ Atas segala ketidakmungkinan, aku percaya bahwa doa itu merubah apapun.”

(1 Tesalonika 5:17)

“Hasil mu akan indah apabila kamu melibatkan Tuhan”

(Filipi 4:6)

“Kalau Tuhan yang bawa kita sampai kesini, maka Tuhan jugalah yang akan mengantar kita sampai selesai. Kalau Tuhan yang izinkan semua terjadi, Tuhan jugalah yang akan menyediakan & mencukupkan”

“Di Doa Ibuku Nama Ku Di Sebut”

“Tetaplah menjadi anak yang membanggakan, walaupun Bapak sudah tiada.
Jangan pernah terlihat seperti anak yang tidak punya Bapak.”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan:

Pertama, untuk diri sendiri yang telah berjuang dan bertahan hingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini dan skripsi ini dalam waktu 2 bulan

Kedua, untuk Mama tercinta Rumondang Siregar atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tak pernah putus kepada saya

Ketiga, Almarhum Bapak Eben Situmorang, semoga tersenyum bangga dari atas sana melihat saya menyelesaikan perjuangan ini.

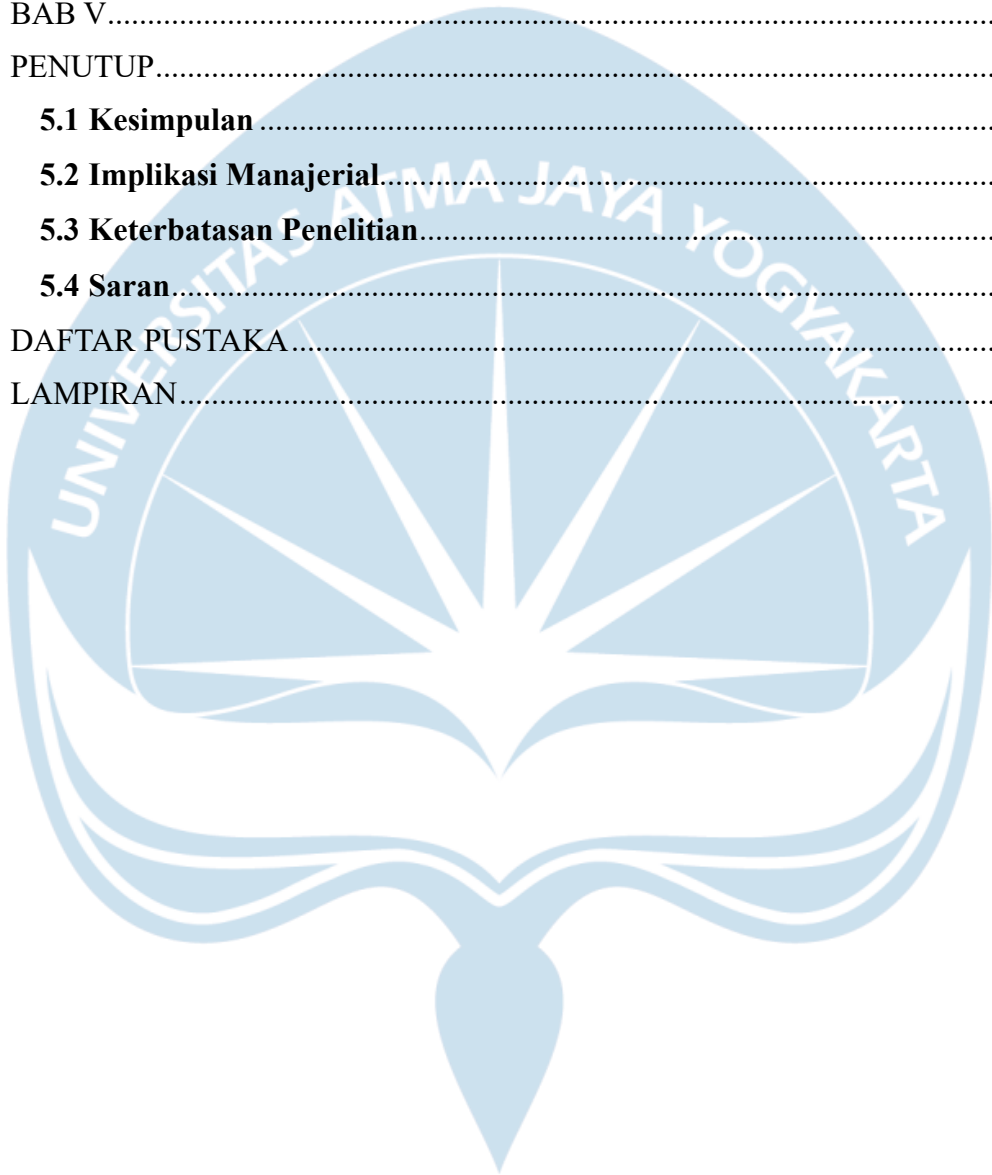
Keempat, 4 Saudara saya kakak Nova Yanti Situmorang, abang Raja Pangihutan Situmorang, Adek Arnol Situmorang, Satria Allen Febrian Situmorang yang selalu memberi semangat, dukungan, dan menjadi alasan saya untuk terus bertahan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II.....	12
2.1 <i>Influencer Endorsement</i>	12
2.2 <i>Online Customer Review</i>	13
2.3 <i>Brand Image</i>	14
2.4 Niat Beli	14
2.5 Customer Trust	15
2.6 Penelitian Terdahulu	18
2.7 Pengembangan Hipotesis	29
2.8 Kerangka Penelitian	37

BAB III	38
METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis dan Lokasi Penelitian	38
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5 Definisi Operasional Variabel	41
3.6 Face Validity.....	48
3.7 Instrumen Penelitian.....	53
3.8 Analisis Deskriptif	54
3.9 Metode Pengujian Instrumen.....	55
3.9.1 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	55
3.9.2 Model Struktural atau inner model).....	57
3.10 Uji Hipotesis.....	57
3.11 Pengujian Hipotesis Mediasi	58
4.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Profil Responden	60
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.1.2 Berdasarkan Tahun kelahiran	61
4.1.3 Berdasarkan Pendapatan	62
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	62
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Influencer Endorsement</i>	63
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Online Customer Review	64
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Brand Image.....	65
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Customer Trust	66
4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli.....	66
4.3 Analisis SmartPLS	67
4.4 Pengujian Instrumen	68
4.4.1 Uji Validitas.....	68
4.4.1.1 Validitas Konvergen.....	68
4.4.1.2 Validitas Diskriminan.....	71
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	72

4.5 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	73
4.6 Pengujian Hipotesis	74
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	76
BAB V.....	83
PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Implikasi Manajerial	83
5.3 Keterbatasan Penelitian	84
5.4 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional dari Indikator Penelitian.....	41
Tabel 3.2 Face Validity.....	48
Tabel 3.3 Skala Likert.....	53
Tabel 3.4 Kategori Nilai Mean.....	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan tahun kelahiran	61
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Influencer Endorsement	63
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Online Customer Review	64
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Image	65
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Customer Trust	66
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli	66
Tabel 4. 9 Nilai Loading Factor Sebelum Penghapusan	68
Tabel 4. 10 Nilai Loading Factor Setelah Penghapusan	70
Tabel 4.11 Nilai Uji Validitas melalui Average Variance Extracted (AVE)	71
Tabel 4.12 Uji Validitas Diskriminan dengan Fornell-Larcker Criterion	72
Tabel 4.13 Nilai Uji Reliabilitas melalui Composite Reliability	72
Tabel 4.14 Nilai Uji Reliabilitas melalui Cronbach's Alpha.....	73
Tabel 4.15 Nilai R-Square Adjusted	73
Tabel 4.16 Nilai Path Coefficient.....	75
Tabel 4.17 Specific Indirect Effect.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Beauty Influencer Tasya Farasya mereview produk Skintific	5
Gambar 2.1 Model Kerangka Penelitian.....	37
Gambar 3.1 Alur Pengujian Hipotesis Mediasi.....	58
Gambar 4.1 Model Struktural	68
Gambar 4.2 Model Struktural Bootstrapping Calculation	74



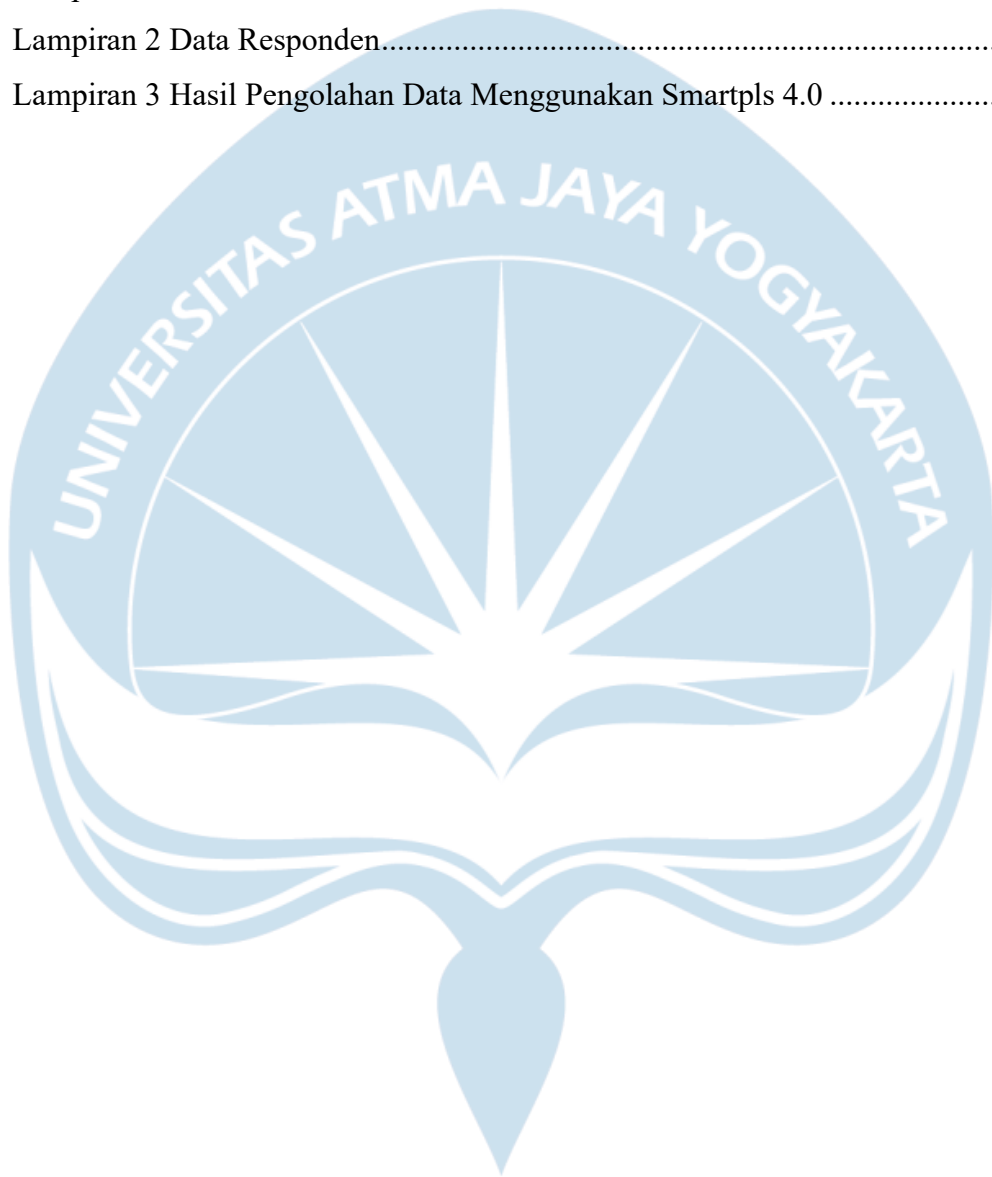
DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Brand dengan penjualan tertinggi di Q1 2024.....	3
---	---



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	92
Lampiran 2 Data Responden.....	99
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data Menggunakan Smartpls 4.0	132



**PENGARUH *INFLUENCER ENDORSEMENT*, *ONLINE
COSTUMER REVIEW* DAN *BRAND IMAGE*, TERHADAP NIAT
BELI PADA PRODUK SKINTIFIC DENGAN *CUSTOMER
TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Disusun oleh :

Ivanna Lyora

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *influencer endorsement*, *online customer review*, dan *brand image* terhadap niat beli produk Skintific dengan *customer trust* sebagai variabel mediasi. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya pengaruh media sosial dalam strategi pemasaran digital, khususnya di industri *skincare*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling dan melibatkan 181 responden yang merupakan konsumen produk Skintific. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online, dan data dianalisis menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap niat beli, serta memiliki pengaruh tidak langsung melalui *customer trust* sebagai variabel mediasi. Sebaliknya, *influencer endorsement* dan *online customer review* tidak berpengaruh langsung terhadap niat beli, namun *influencer endorsement* terbukti berpengaruh secara tidak langsung terhadap niat beli melalui *customer trust*. Temuan ini menegaskan bahwa *customer trust* berperan sebagai variabel mediasi parsial yang penting, serta memperkuat pentingnya membangun kepercayaan konsumen dalam strategi pemasaran digital.

Kata kunci: *influencer endorsement*, *online customer review*, *brand image*, *customer trust*, niat beli, Skintific

***“THE INFLUENCE OF INFLUENCER ENDORSEMENT, ONLINE
CUSTOMER REVIEW, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE INTENTION
OF SKINTIFIC PRODUCTS WITH CUSTOMER TRUST AS A
MEDIATING VARIABLE.”***

**Compiled by:
Ivanna Lyora**

Abstract

This study aims to analyze the influence of influencer endorsement, online customer review, and brand image on purchase intention of Skintific products, with customer trust as a mediating variable. The research is grounded in the growing impact of social media on digital marketing strategies, especially in the skincare industry. A quantitative approach was used, with purposive sampling involving 181 respondents who are consumers of Skintific products. Data was collected through online questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS software. The results show that brand image has a direct and significant effect on purchase intention, as well as an indirect effect through customer trust as a mediating variable. Meanwhile, influencer endorsement and online customer review do not have a direct effect on purchase intention. However, influencer endorsement was found to have an indirect effect through customer trust. These findings highlight the partial mediating role of customer trust and reinforce the importance of building consumer trust in digital marketing strategies.

Keywords: influencer endorsement, online customer review, brand image, customer trust, purchase intention, Skintific