

ABSTRAK

Social media salah satu platform pemasaran yang dianggap efektif sebagai sarana penting bagi konsumen untuk mengumpulkan informasi yang menjadi dasar pengambilan keputusan. Hal ini mendorong industri kecantikan dan perawatan wajah di Indonesia untuk memanfaatkan media sosial mereka sehingga dapat terus bersaing guna mendominasi pasar. Saat ini persaingan pada industri kecantikan dan perawatan wajah semakin ketat, sehingga menjadi sebuah tantangan bagi para pemilik industri di bidang tersebut. Luxcrime merupakan salah satu merek kecantikan dan perawatan wajah lokal ternama yang sukses mengimplementasikannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi *repurchase intention* pada pengguna produk Luxcrime melalui *social media marketing*, *e-service quality*, dan kepercayaan merek terhadap dengan mempertimbangkan kepuasan pelanggan sebagai mediator dalam hubungan tersebut.

Metode penelitian ini diterapkan survey secara online terhadap pengguna produk Luxcrime di Indonesia yang menghasilkan data sebanyak 160 responden. Hasil dari pengumpulan data kuesioner yang telah diperoleh, dianalisis secara kuantitatif dan struktural dengan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) menggunakan program AMOS (*Analysis Moment of Structural*).

Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality*, *Social Media Marketing*, Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Namun, terdapat hipotesis yang berpengaruh positif namun tidak signifikan antara *E-Service Quality* dan Kepercayaan Merek terhadap *Repurchase Intention*. Implikasi manajerial yang dapat diterapkan adalah dengan menggunakan penelitian ini sebagai pertimbangan pihak perusahaan Luxcrime dalam pengambilan keputusan terkait peningkatan penjualan melalui *social media marketing*, meningkatkan pelayanan secara elektronik dan membangun kepercayaan merek terhadap pelanggan untuk meningkatkan *repurchase intention* guna menumbuhkan kepuasan pelanggan pada pengguna produk Luxcrime.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, *E-Service Quality*, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, *Repurchase Intention*.