

## ABSTRAK

Kosmetik sudah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi kaum wanita milenial pada tren saat ini, Kementerian Perindustrian mencatat pertumbuhan kosmetik di Indonesia meningkat pada tahun 2019 dengan total nilai penjualan sebesar Rp 25.3 triliun. Scarlett merupakan produk kosmetik lokal yang sedang fenomenal saat ini yang menawarkan berbagai produk *skin care* secara *online* dengan memanfaatkan *marketplace*. Namun, dalam kesuksesan bisnis Scarlett tersebut masih ada konsumen yang merasa tidak puas dengan produk Scarlett yang akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian ulang konsumen terhadap produk tersebut. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett di Shopee dan Tokopedia.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif dan kausal. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli minimal satu kali pada official store di shopee dan tokopedia serta berminat untuk membeli kembali produk Scarlett. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat analisis data SPSS 22.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan memiliki persentase sebesar 72,21% dengan kategori baik dan tanggapan responden terhadap variabel minat beli ulang sebesar 69% dengan kategori baik juga. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang, dan setiap sub variabel kualitas produk, harga, kualitas layanan, faktor emosi dan kemudahan masing-masing berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli ulang dengan total pengaruh sebesar 84,8% dan sisanya 15,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang, Scarlett Whitening.