

ABSTRAK

Di era digital ini, fenomena pemasaran media sosial Instagram sedang populer di Indonesia. Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Penggunaan media sosial dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya dan mempertahankan pelanggannya serta menjadikan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran (Yadaf dan Rahman, 2017:3882). Salah satu perusahaan yang memanfaatkan peluang ini adalah perusahaan Loreal. Loreal adalah produk kecantikan profesional dari Paris.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Social Media Marketing* melalui Instagram terhadap *Repurchase Intention* pada konsumen Loreal. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebarakan secara online. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software IBM SPSS 26.

Kata kunci: Social Media Marketing, Repurchase Intention, Kosmetik