

## ABSTRAK

**Fajar**  
**(2020/20059253)** : **Pengaruh *Social Media Marketing* *TikTok* terhadap Niat Beli Ulang Konsumen MS Glow Red Jelly dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi**

**Dosen Pembimbing** : **Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs. M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh *social media marketing* terhadap niat beli ulang. (2) pengaruh *social media marketing* terhadap niat beli ulang di mediasi oleh citra merek.

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah konsumen MS Glo Red Jelly dan Pengguna Tiktok dan sampel yang digunakan adalah pelanggan *MSGlow Redjelly* dan pengguna akun *TikTok* minimal 1 kali pemakaian. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 251 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online dan pengolahan data menggunakan *software* PLS (Partial Least Square).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa. (1) *Social media marketing* memiliki hubungan positif terhadap niat beli ulang. (2) *Social media marketing* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap citra merek. (3) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. (4) *Social media marketing* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat beli ulang dimediasi oleh citra merek.

**Kata Kunci : *Social media marketing*, Citra Merek, Niat Beli Ulang.**