

ABSTRAK

Nafiria Zephaniah Abraham (01619200083)

PENGARUH *GROWTH HACKING*, *BRAND IMAGE*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *REPURCHASE INTENTIONS* PADA *BEAUTY PRODUCTS* (STUDI: ADARA COSMETICS)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat fenomena tiga variabel independen yaitu Growth Hacking, Brand Image, dan Electronic Word of Mouth dalam pembentukan keputusan pembelian ulang konsumen (Repurchase Intentions) untuk produk kecantikan, dengan subjek Adara Cosmetics Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan subjek penelitian pengguna produk kecantikan Adara Cosmetics. Kuesioner ini dikirimkan dengan menggunakan pendekatan penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi persyaratan yaitu pengguna Adara Cosmetics di pulau Jawa Indonesia. Sampel penelitian ini terdiri dari 132 responden yang menggunakan Adara Cosmetics dan berdomisili di Indonesia, semuanya memenuhi kriteria penelitian. Ketiga variabel *Growth Hacking*, *Brand Image*, dan *Electronic Word of Mouth* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pembelian ulang kembali produk kecantikan Adara Cosmetics, sesuai dengan hasil penelitian yang diteliti menggunakan SmartPLS 3.0. Penelitian ini secara teoritis dapat membantu pengembangan strategi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan usahanya dalam mengumpulkan minat pembelian ulang kembali konsumen dengan menetapkan strategi penjualan yang tepat seperti pemanfaatan database pada sosial media.

Kata Kunci: *Growth Hacking; Brand Image; Electronic Word of Mouth ; Repurchase Intentions*