

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh influencer dalam mempromosikan produk Skintific terhadap peningkatan niat pembelian ulang di kalangan konsumen di Kota Semarang. Mengacu pada *Theory of Planned Behaviour* (Ajzen, 1991) dan *Source Credibility Theory* (Hovland, 1951), penelitian ini menyoroti bagaimana elemen-elemen seperti *Social Media Influencer* dan *Electronic Word-of-mouth* (EWOM) dapat membentuk keterlibatan konsumen terhadap merek (*Consumer-Brand Engagement*), *Brand Image* (*Brand Image*), dan pada akhirnya mempengaruhi niat pembelian ulang (*Repurchase Intention*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis AMOS. Data diperoleh dari 200 responden yang pernah membeli produk Skintific dan berdomisili di Kota Semarang, dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan teknik purposive sampling. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Social Media Influencer* dan EWOM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Consumer-Brand Engagement*. Selanjutnya, *Consumer-Brand Engagement* secara signifikan memengaruhi *Brand Image*, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap *Repurchase Intention*. *Consumer-Brand Engagement* juga secara langsung berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*.

Penelitian ini menegaskan bahwa keterlibatan konsumen terhadap merek berperan sebagai variabel mediasi penting dalam hubungan antara promosi berbasis influencer dan keputusan pembelian ulang. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis pada literatur pemasaran digital dan perilaku konsumen, serta menyajikan implikasi praktis bagi perusahaan kosmetik dalam mengelola strategi promosi digital melalui *influencer* dan EWOM. Upaya membangun keterlibatan emosional dan kognitif konsumen melalui konten autentik dari *influencer* serta memperkuat *Brand Image* terbukti efektif dalam mendorong loyalitas pembelian ulang.

Kata kunci: *Influencer* Media Sosial, EWOM, Keterlibatan Konsumen dengan Merek, Citra Merek, Niat Pembelian Ulang