

ABSTRACT

THE EFFECT OF LIVE STREAMING ON REPEAT PURCHASE WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE FOR CONSUMERS OF SKINTIFIC SKINCARE PRODUCTS IN TASIKMALAYA

By,

**AHMAD FAUZI S
203402237**

Under the Guidance:

**Mochammad Soleh Soeiady
R. Lucky Radi Rinandiyana**

Competition in the skincare industry in Indonesia is getting tighter with the emergence of many local and international brands competing for market share. the purpose of this study is to determine and analyse the effect of Live streaming on Repeat Purchase with Customer Satisfaction as a mediator variable in consumers of Skintific Skincare Products in Tasikmalaya. This type of research is quantitative research, the research method used is verification. The object of this research is consumers of Skintific Skincare Products in Tasikmalaya, with a sampling technique using a purposive sampling method. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) analysis. The results showed that there is an Effect of Live streaming on Repeat Purchase on Consumers of Skintific Skincare Products in Tasikmalaya. There is an Effect of Customer Satisfaction on Repeat Purchase on Consumers of Skintific Skincare Products in Tasikmalaya. There is an effect of Live streaming on Repeat Purchase with Customer Satisfaction as a mediator variable for consumers of Skintific Skincare Products in Tasikmalaya.

Keywords: *Live streaming, Repeat Purchase, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

PENGARUH *LIVE STREAMING* TERHADAP *REPEAT PURCHASE* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KONSUMEN PRODUK *SKINCARE SKINTIFIC* DI TASIKMALAYA

Oleh,

**AHMAD FAUZI S
203402237**

**Dibawah Bimbingan:
Mochammad Soleh Soeiady
R. Lucky Radi Rinandiyana**

Persaingan industri *skincare* di Indonesia semakin ketat dengan munculnya banyak merek lokal dan internasional yang bersaing merebut pangsa pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Live streaming* terhadap *Repeat Purchase* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediator Pada Konsumen Produk *Skincare Skintific* Di Tasikmalaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan verifikasi. Objek penelitian ini adalah Konsumen Produk *Skincare Skintific* Di Tasikmalaya, dengan teknik penarikan sampel menggunakan metode sampel *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh *Live streaming* terhadap *Repeat Purchase* Pada Konsumen Produk *Skincare Skintific* Di Tasikmalaya. Terdapat Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Repeat Purchase* Pada Konsumen Produk *Skincare Skintific* Di Tasikmalaya. Terdapat Pengaruh *Live streaming* terhadap *Repeat Purchase* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediator Pada Konsumen Produk *Skincare Skintific* Di Tasikmalaya.

Kata kunci: *Live streaming, Repeat Purchase, Customer Satisfaction*