

ABSTTRAK

Novia Oktaviani, NIM 3402220051. Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Customer Engagement* terhadap *Repurchase Intention* (Suatu Studi pada Konsumen Dapur Cemilanku Ciamis). Dibawah bimbingan ibu Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M., (Pembimbing 1) dan ibu Wiwin Setianingsih, S.E., M.M. (Pembimbing 2)

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *social media marketing* dan *customer engagement* terhadap *repurchase intention* (Suatu Studi pada Konsumen Dapur Cemilanku Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: Bagaimana pengaruh *social media marketing* terhadap *repurchase intention* konsumen Dapur Cemilanku Ciamis?; Bagaimana pengaruh *customer engagement* terhadap *repurchase intention* konsumen Dapur Cemilanku Ciamis?; Sejauh mana pengaruh *social media marketing* dan *customer engagement* terhadap *repurchase intention* konsumen Dapur Cemilanku Ciamis?; Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: Pengaruh *social media marketing* terhadap *repurchase intention* konsumen Dapur Cemilanku Ciamis; Pengaruh *customer engagement* terhadap *repurchase intention* konsumen Dapur Cemilanku Ciamis; *social media marketing* dan *customer engagement* terhadap *repurchase intention* konsumen Dapur Cemilanku Ciamis. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis datanya yaitu analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, regresi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, uji signifikansi (uji t dan uji f). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Social media marketing* pada Dapur Cemilanku Ciamis termasuk dalam kategori sangat optimal. Dalam hal ini *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*; *Customer engagement* pada Dapur Cemilanku Ciamis termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dalam hal ini *Customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*; *Purchase intention* pada Dapur Cemilanku Ciamis termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dalam hal ini *social media marketing* dan *customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Artinya jika *social media marketing* dan *customer engagement* sudah baik maka *repurchase intention* akan meningkat..

Kata kunci : *Social Media Marketing*, *Customer Engagement* dan *Repurchase Intention*