

ABSTRAK

Maraknya tren gaya hidup khususnya bagi kaum perempuan saat ini salah satunya adalah kosmetik, dengan memakai riasan kosmetik akan membuat kaum perempuan lebih percaya diri dan tampil lebih memukau, Salah satu kosmetik yang tren saat ini adalah kosmetik merek implora yang merupakan local beauty brand yang berasal dari Sidoarjo, Jawa Timur. Tujuan adanya penelitian ini adalah menganalisa apakah kepuasan konsumen pada produk brand implora pada platform Shopee berpengaruh oleh variabel yang telah dipilih yaitu strategy marketing, after sales service, dan brand experience. Yang menjadi populasi dari penelitian ini yaitu followers akun Shopee dari brand implora. Sebanyak 102 responden menjadi sampel dari penelitian ini dengan menggunakan purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Untuk pengambilan sampel dengan kriteria tertentu maka alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Dengan hasil uji yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen pada produk implora platform Shopee secara parsial dan positif serta signifikan berpengaruh terhadap strategy marketing, after sales service, dan brand experience. Kemudian kepuasan konsumen pada produk implora platform Shopee juga dipengaruhi secara simultan oleh strategy marketing, after sales service, dan brand experience secara positif dan signifikan.

Kata kunci: strategy marketing, after sales service, brand experience, dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

The rise of lifestyle trends, especially for women today, is cosmetics. Using cosmetic makeup will make women more confident and look more attractive. One of the current cosmetic trends is the Implora cosmetic brand, which is a local beauty brand originating from Sidoarjo, East Java. The purpose of this research is to analyze whether consumer satisfaction with brand Implora products on the Shopee platform is affected by the variables that have been selected, namely marketing strategy, after sales service, and brand experience. The population of this study are followers of the Shopee account from the Implora brand. A total of 102 respondents became the sample of this study using purposive sampling as the sampling technique. For sampling with certain differences, the analytical tool used is multiple linear regression analysis. With the test results which state that customer satisfaction with the Implora platform Shopee product partially and positively and significantly influences marketing strategy, after sales service, and brand experience. Then consumer satisfaction with the Implora platform Shopee product is also influenced simultaneously by the marketing strategy, after sales service, and brand experience positively and significantly.

Keywords: *marketing strategy, after sales service, brand experience and customer satisfaction*