

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh personal image salesperson dan strategi direct selling terhadap minat beli ulang konsumen produk kosmetik Claresta di Kecamatan Merlung, Provinsi Jambi. Melalui pendekatan kuantitatif dengan metode survei, data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal image salesperson dan strategi direct selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya peningkatan citra dan kompetensi tenaga penjual serta efektivitas pelaksanaan strategi direct selling untuk membangun loyalitas konsumen.

**Kata Kunci :** *Personal Image, Direct Selling, Minat Beli Ulang, Strategi Pemasaran, Claresta*