ABSTRAK

Novia Anggraeni, 3402220307, "Pengaruh *Brand Image* dan *Digital Customer Experience* Terhadap *Brand Loyalty*" (Suatu Studi Pada Konsumen (Gen Z) Pengguna Kosmetik Maybelline di Endro Kosmetik), Dibawah bimbingan Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M dan Anisa Lisara, S.Pd., M.M.

Penelitian ini difokuskan pada *Brand Image* dan *Digital Customer Experience* Terhadap *Brand Loyalty* (Suatu Studi Pada Konsumen (Gen Z) Pengguna Kosmetik Maybelline di Endro Kosmetik). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: (1) Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap *brand loyalty* kosmetik Maybelline di kalangan Gen Z pada konsumen Endro Kosmetik?, (2) Bagaimana pengaruh *digital customer experience* terhadap *brand loyalty* kosmetik Maybelline di kalangan Gen Z pada konsumen Endro Kosmetik?, (3) Bagaimana pengaruh *brand image* dan *digital customer experience* terhadap *brand loyalty* kosmetik Maybelline di kalangan Gen Z pada konsumen Endro Kosmetik?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, Uji Parsial (Uji t) dan Uji Signifikansi (Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukan bahwa *brand image* dan *digital customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada kosmetik Maybelline di kalangan Gen Z pada konsumen Endro Kosmetik. Dari perhitungan analisis koefisien korelasi berganda tingkat hubungannya kuat. Artinya semakin baik *brand image* dan *digital customer experience*, maka semakin meningkat *brand loyalty* pada kosmetik Maybelline di kalangan Gen Z pada konsumen Endro Kosmetik.

Kata kunci : *Brand Image, Digital Customer Experience* dan *Brand Loyalty*