

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh langsung pengalaman merek dan kepribadian merek terhadap kecintaan merek, untuk mengetahui pengaruh langsung pengalaman merek, kepribadian merek, kecintaan merek terhadap loyalitas merek. Serta pengaruh tidak langsung pengalaman merek dan kepribadian merek terhadap loyalitas merek melalui kecintaan merek pada Avoskin. Penelitian ini menggunakan metode analisis *path* dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara online melalui *google form*. Kuesioner terkumpul sebanyak 160 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purpose sampling*. Dari hasil penelitian yang didapatkan bahwa pengalaman merek dan kepribadian merek berpengaruh positif terhadap kecintaan merek. Pengalaman merek dan kecintaan merek berpengaruh positif terhadap loyalitas merek, sedangkan kepribadian merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek. Pengalaman merek dan kepribadian merek berpengaruh positif terhadap loyalitas merek melalui kecintaan merek. Oleh karena itu, penting bagi Avoskin untuk meningkatkan pengalaman dan kecintaan merek karena konsumen yang memiliki pengalaman positif dan kecintaan yang tinggi terhadap merek dapat melakukan pembelian kembali dan memiliki tingkat kesetiaan yang tinggi terhadap merek tersebut.

Kata kunci : Loyalitas Merek, Pengalaman Merek, Kepribadian Merek, dan Kecintaan Merek