

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap *brand attachment* dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada *cream matte emina cosmetics* secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif, dimana data penelitian dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah *path analysis*, korelasi berganda, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth*, *brand image* dan *brand attachment* memiliki kategori kurang baik serta terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap *brand attachment* dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan.

**Kata kunci : *Electronic Word of Mouth, Brand Image, Brand Attachment,*
Dan Loyalitas Pelanggan**