

ABSTRAK

Di tengah pesatnya perkembangan media sosial dan meningkatnya persaingan di industri perawatan tubuh, *brand loyalty* menjadi tantangan utama bagi merek-merek yang sudah lama hadir di pasar. Citra *Body Lotion* sebagai salah satu merek legendaris Indonesia menunjukkan tanda-tanda penurunan kinerja merek dalam beberapa tahun terakhir, disertai rendahnya *engagement rate* di platform media sosialnya yang mencerminkan lemahnya interaksi konsumen terhadap merek. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mampu mendorong *brand loyalty* menjadi krusial, khususnya melalui peran *social media marketing* dan *brand innovativeness* dengan *customer brand engagement* sebagai mekanisme mediasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria sebagai konsumen Citra *Body Lotion* di Indonesia. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebesar 136 responden. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antar variabel penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media marketing* dan *brand innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer brand engagement*. Selanjutnya, *customer brand engagement* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* serta mampu memediasi hubungan antara kedua variabel independen secara signifikan. Selain itu, *social media marketing* dan *brand innovativeness* juga berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *brand loyalty*. Penelitian ini menekankan pentingnya strategi pemasaran digital yang interaktif dan inovasi merek yang berkelanjutan agar perusahaan mampu mempertahankan loyalitas konsumen di era persaingan digital yang semakin kompetitif.

Kata kunci: *Social Media Marketing, Brand Innovativeness, Customer Brand Engagement, Brand Loyalty, Citra Body Lotion.*