ABSTRAK

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang membentuk loyalitas merek terhadap niat pembelian ulang pada produk kecantikan dan perawatan pribadi dengan studi kasus yaitu pada merek The Body Shop. Penelitian ini mendapatkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna produk The Body Shop dan telah melakukan pembelian ulang sebanyak minimal satu kali. Data pada penelitian ini diolah dengan menggunakan metode *Sturctural Equation Modelling* (SEM) dengan aplikasi SmartPLS.

Pada penelitian yang dilakukan variabel yang digunakan untuk mengukur ada *brand name, promotion, perceived value, word of mouth, satisfaction on product, brand loyalty* terhadap *repurchase intention*. Hasil dari penelitian menunjukan bahwa faktor yang membentuk loyalitas yaitu *brand name, promotion* dan *satisfaction on product* ketiganya berpengaruh signifikan. Kemudian, faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* adalah *brand loyalty, promotion dan word of mouth.*

Kata kunci :

Brand Loyalty, Repurchase Intention, Brand Name, Promotion, Perceived Value, Word of Mouth & Satisfaction on Product.