

## ABSTRAK

Somethinc adalah brand ternama Indonesia yang lahir pada tahun 2019 bertujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk-produk kecantikan bersertifikat halal dengan kualitas tinggi dan harganya dapat dijangkau. Somethinc menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan produknya, yaitu dengan iklan Tiktok. Somethinc adalah iklan TikTok yang paling umum dilihat penonton dengan 57,3 juta, namun demikian dalam pembelian oleh konsumen, keputusan pembelian terhadap produk Somethinc masih lemah yaitu pada posisi ke 3. Hal ini berarti, loyalitas konsumen terhadap Somethinc juga rendah, sehingga apakah media iklan Tiktok berpengaruh terhadap *brand loyalty*. Loyalitas merek atau *brand loyalty* merupakan perasaan suka konsumen pada suatu merek yang tercermin dalam perilaku pembeliannya secara berulang serta tidak mempertimbangkan merek lain. Banyak faktor dapat mempengaruhi *brand loyalty*, diantaranya *social media marketing*, *brand experience* dan *brand trust*. Oleh sebab itu, tujuan dalam studi ini adalah menganalisa pengaruh *social media marketing* and *brand experience* terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust*.

Populasi yang dipilih konsumen yang pernah menonton iklan TikTok Somethinc dan membeli produk Somethinc. Sampel yang dipilih sebanyak 112 konsumen. Jenis datanya menggunakan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dengan dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis yang dipakai analisis regresi berganda dan uji sobel.

Hasil analisis membuktikan : 1. *Social Media Marketing* berpengaruh terhadap *Brand Trust*. 2. *Brand Experience* berpengaruh terhadap *Brand Trust*. 3. *Brand Trust* berpengaruh *Brand Loyalty*. 4. *Social Media Marketing* berpengaruh terhadap *Brand Loyalty*. 5. *Brand Experience* berpengaruh terhadap *Brand Loyalty*.

**Kata Kunci :** *Social Media Marketing, Brand Experience, Brand Trust, Brand Loyalty*