

ABSTRAK

Emina Cosmetics merupakan kosmetik local remaja terbaik di Indonesia yang didirikan pada tahun 2015 dibawah naungan dari PT. Paragon Innovation and Tecnology. Emina Cosmetics memiliki karakteristik yang *fun* dan *playful*, hal itu sukses menjadikan Emina Cosmetics sebagai merek kosmetik *local* remaja berkualitas di Indonesia. Salah satu komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Emina Cosmetics adalah dengan membuat *Brand Community*. *Brand Community* tersebut lebih dikenal dengan nama Emina Girl Gang Ambassador. Emina Girl Gang Ambassador (EGGA) merupakan *Beauty Community* yang didirikan pada tahun 2017 dan berada dibawah naungan *Brand Development* Emina Cosmetics. *Beauty Community*. Emina Girl Gang Ambassador memanfaatkan berbagai macam platform dalam menjalankan fungsi dan peran sebagai humas Emina Cosmetics. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran *Google Form*. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa terdapat hubungan yang kuat serta pengaruh positif dan signifikan antara *Brand Community* dan *Brand Loyalty*. Analisis regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan sebesar 1 satuan dalam variabel *Brand Community* berkorelasi dengan peningkatan sebesar 0,307 dalam *Brand Loyalty*. Selain itu, melalui koefisien determinasi, dapat disimpulkan bahwa sebesar 13,8% dari variasi dalam *Brand Loyalty* dapat dijelaskan oleh *Brand Community*, sementara 86,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Emina Cosmetics, Emina Girl Gang Ambassador, Brand Community, Brand Loyalty