

ABSTRAK

Era globalisasi di dukung dengan adanya teknologi yang mengubah dunia menjadi lebih modern. Sehingga saat ini, banyak perubahan yang terjadi pada perusahaan dengan mengeluarkan ide serta inovasi yang sangat menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Value Co-Creation*, *Brand Image*, serta *E-Service Quality* pada objek yang digunakan dari *skincare* lokal yaitu Somethinc. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan data *survey* menggunakan *google form* dengan sample sebanyak 100 responden pada remaja wanita dan pria yang berusia 13 tahun keatas, sudah pernah menggunakan *skincare* Somethinc. Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode SEM, dengan aplikasi yang mendukung metode alternatif SEM yaitu SmartPLS (*Partial Least Square*).

Hasil dari penelitian ini berdasarkan uji hipotesis, dapat disimpulkan diantaranya: 1) *Value Co-Creation* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Perceived Value*, 2) *Value Co-Creation* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, 3) *Brand Image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Perceived Value*, 4) *Brand Image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, 5) *E-Service Quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Perceived Value*, 6) *E-Service Quality* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, 7) *Customer Perceived Value* terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* 8) *Customer Perceived Value* terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*, 9) *Customer Satisfaction* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

Kata Kunci: *Value Co-Creation, Brand Image, E-Service Quality, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty* .