

SARI

Nurrofiyah, Anis. 2018. Pengaruh Kepribadian Merek Pada Niat Perawatan Ulang. Program Studi S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Setia Budi Surakarta. Pembimbing I. Drs. Waluyo Budi Atmoko, MM. Pembimbing II. Ariefah Yulandari, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan menguji niat perawatan ulang dalam pengaruh kepribadian merek. Terjadinya kepribadian merek yang tinggi juga akan menciptakan niat perawatan yang positif di kalangan konsumen. Namun apabila kepribadian merek yang rendah akan menyebabkan daya perawatan konsumen untuk perawatan ulang juga akan rendah.

Data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen di klinik kecantikan. Teknik penyampelan yang digunakan *purposive sampling* dengan populasi konsumen perawatan kecantikan sebanyak 200 responden. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan ketulusan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perawatan ulang, kegairahan berpengaruh signifikan terhadap niat perawatan ulang, kompetensi berpengaruh signifikan terhadap niat perawatan ulang, kepandaian berpengaruh signifikan terhadap niat perawatan ulang, dan kekerasan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perawatan ulang.

Kata kunci: ketulusan, kegairahan, kompetensi, kepandaian, kekerasan, niat perawatan ulang.

ABSTRACT

Nurrofiah, Anis. 2018. The Influence of Brand Personality on Remedial Purposes. S1 Management Studies Program. Faculty of Economics. Setia Budi University Surakarta. Counselor I. Drs. Waluyo Budi Atmoko, MM. Advisor II. Ariefah Yulandari, SE., MM.

This study aims to examine the intention of re-care in the influence of brand personality. The occurrence of a high brand personality will also create a positive maintenance intent among consumers. However, if a low brand personality will cause the consumer care power to re-maintenance will also be low.

The data collect by quisioner that be shared from beauty clinic. Sampling technique used purposive sampling with consumer care consumer population of 200 respondents. Hypothesis test is done by using multiple regression analysis.

The results of this study indicate that sincerity has no significant effect on the intention of re-treatment, the enthusiasm has significant effect on the intention of re-care, the competence has significant effect on the intention of re-care, the skill has significant effect on the intention of re-treatment, and the hardness does not significantly affect the re-maintenance intention.

Keyword : Sincerity, Excitement, Competence, Sophistication, Ruggednes, Repurchase intention.