

RINGKASAN

Sejak dahulu kala, kecantikan adalah salah satu kebutuhan bagi manusia. Terutama wanita, di mana mereka terbiasa di asosiasikan. Saat ini, ada banyak sumber untuk masuk ke dunia kecantikan. Yang menarik perhatian penulis adalah kecantikan Korea. Saat ini, budaya Korea Selatan merembes ke banyak negara di dunia terutama Indonesia. Dikenal karena bahan-bahannya yang kaya dan teknologi canggih. Innisfree adalah salah satu merek yang dikenal sebagai pelopor merek kecantikan alami di Korea Selatan, di mana identitasnya dikenal sebagai keindahan alam Jeju. Saat ini mereka bersaing dengan jenis identitas merek yang serupa di Indonesia.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah identitas merek memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas merek pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner untuk memperoleh jenis data kuantitatif dan analisis dengan jumlah 110 responden di wilayah Indonesia. Pengambilan sampel dalam penelitian ini yang digunakan adalah non-probability sampling dan metode purposive sampling digunakan karena memerlukan beberapa karakteristik untuk responden yang mengisi kuesioner seperti yang berusia antara 17-35 tahun dan yang aktivitas pembeliannya minimal dua kali atau lebih.

Dengan menggunakan variabel-variabel ini, sampai pada kesimpulan dari data output penelitian ini bahwa: (1) ada pengaruh positif dari visi merek terhadap loyalitas merek pelanggan, (2) ada pengaruh positif dari nilai merek terhadap loyalitas merek pelanggan, (3) ada pengaruh positif dari positioning merek terhadap loyalitas merek pelanggan, dan (4) tidak ada pengaruh positif dari kepribadian merek terhadap loyalitas merek pelanggan.

Kata kunci: Identitas Merek, Visi Merek, Nilai Merek, Posisi Merek, Kepribadian Merek, Loyalitas Merek Pelanggan

SUMMARY

From a long time ago, beauty is one of necessities for human-being. Especially women, in which is what they are associated. Nowadays, there are many sources for getting into beauty world. The one that author put interest is Korean beauty. Nowadays, South-Korean culture is seeping into many countries in the world especially Indonesia. It is known for its rich ingredients and advanced technology. Innisfree is one brand that is known for being a pioneer in natural beauty brand in South Korea, in which its identity is known for being Jeju nature beauty. Nowadays they are competing with similar type of brand identity in Indonesia.

Hence, this research aims to find out whether brand identity has positive influence towards customer brand loyalty. This research is done by using questionnaire to obtain quantitative type of data and analysis with the total of 110 respondents in the area of Indonesia. Sampling in this research that is used is non-probability sampling and purposive sampling method is used as it requires several characteristics for respondents who filled out the questionnaire such as whose age in between 17-35 years old and whose purchase activity is at least twice or more.

By using these variables, it comes to the conclusion from the output data of this research that: (1) there is positive influence from brand vision towards customer brand loyalty, (2) there is positive influence from brand value towards customer brand loyalty, (3) there is positive influence from brand positioning towards customer brand loyalty, and (4) there is no positive influence from brand personality towards customer brand loyalty.

Keywords: Brand Identity, Brand Vision, Brand Value, Brand Positioning, Brand Personality, Customer Brand Loyalty