

ABSTRAK

Shampo Pantene adalah sebuah merek shampo terkenal andalan PT. Protect & Gamble. Pantene menjadi *market leader* dari kategori Shampo selama empat tahun terakhir. Namun, ketatnya persaingan membuat shampo Pantene mengalami penurunan indeks *brand value* yang berarti terjadi penurunan kinerja pada merek tersebut. Hal ini ditandai dengan turunnya *TOM Brand*, Kepuasan, dan *Brand Share*. Sebagai market leader Pantene perlu berhati-hati karena hal itu merupakan indikasi terjadinya penurunan minat beli shampo Pantene. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Selebriti Endoser, Karakteristik Perusahaan, dan Kualitas terhadap Minat Beli Ulang Pantene dengan Brand Trust dan Kepuasan sebagai Variabel Intervening.

Penelitian ini menggunakan data 197 responden wanita muda pada usia 17-35 di kota Semarang yang pernah menggunakan Pantene lebih dari dua kali, Dengan demikian, Penelitian ini tidak bisa digeneralisasikan untuk konteks penelitian lain, baik jenis kelamin maupun umur.

Penelitian ini menggunakan 6 variabel yaitu Selebriti Endorser, Karakteristik Perusahaan, Brand Trust, Kualitas dan Minat Beli Ulang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM) dari program AMOS 22.0.

Hasil penelitian membuktikan bahwa untuk meningkatkan minat beli ulang shampo Pantene pada wanita muda di kota Semarang hanya dapat dilakukan melalui 1 proses, yakni meningkatkan Kualitas Pantene yang nantinya akan meningkatkan Kepuasan dan pada akhirnya akan meningkatkan Minat Beli Ulang wanita muda di kota Semarang.

Kata kunci : Selebriti Endoser, Karakteristik Perusahaan, Kualitas, Minat Beli Ulang Pantene, Brand Trust dan Kepuasan