

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji dan menganalisis kepercayaan merek, kepuasan produk, nilai yang dirasakan dan risiko yang dirasakan pada penggunaan *hand sanitizer* pada niat beli kembali konsumen. Adanya penemuan kandungan zat berbahaya pada *hand sanitizer* dan risiko berbahaya yang ditimbulkan terhadap penggunaannya tidak menjadikan masyarakat mengurangi frekuensi penggunaannya. Frekuensi penggunaan *hand sanitizer* meningkat seiring dengan adanya pandemi Covid-19. Walaupun masyarakat mengetahui adanya risiko bahaya dari penggunaan *hand sanitizer*, sebagian besar dari mereka tetap menggunakannya.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data. Pengambilan sampel dilakukan secara *nonprobabilitas*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 170 responden yang menggunakan hand sanitizer. Penelitian ini menggunakan structural equation modeling berbasis varian dengan pengujian hipotesis menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan alat bantu aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kepercayaan merek, kepuasan produk dan nilai yang dirasakan dalam penggunaan *hand sanitizer* pada niat beli kembali, namun mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan pada risiko kesehatan yang dirasakan oleh konsumen.

Kata kunci: persepsi risiko, kepercayaan merek, kepuasan produk, nilai yang dirasakan, niat beli kembali

ABSTRACT

The aim of this study is to test and analyse brand trust, product satisfaction, perceived value and perceived risks to the use of hand sanitizers on consumers repurchase intentions. The discovery of the content of harmful substances in hand sanitizers and the harmful risks posed by their use do not make people reduce the frequency of their use. The frequency of using hand sanitizers has increased along with the Covid-19 pandemic. Even though people know the dangers of using hand sanitizers, most of them still use them.

This research is a study that uses survey methods to collect data. Sampling is carried out in a nonprobable manner. The sample in this study was 170 respondents who used hand sanitizer. This study used variant-based structural equation modelling by hypothesis testing using the Partial Least Square (PLS) method with the SmartPLS application tool. The results of this study show that there is a positive and significant influence on brand trust, product satisfaction and the value felt in the use of hand sanitizers on repurchase intentions, but have a negative and insignificant influence on the health risks felt by consumers.

Keywords: risk perception, brand trust, product satisfaction, perceived value, repurchase intention