

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyse the effect of personality, consisted of extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism, and openness; on brand personality, consisted of sincerity, excitement, and conviviality; and the impact on loyalty. This study was conducted with domestic tourist that have visited Yogyakarta in the past year as its subject. Responses were collected from 400 respondents.

The findings of this study suggested that both personality and brand personality affected loyalty and also that brand personality partially mediated the impact of personality on loyalty.

Keyword: Personality, Brand Personality, Place Marketing, Loyalty

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh sifat kepribadian yaitu ekstraversi, keramahan, ketelitian, neurotikisme, dan keterbukaan; pada kepribadian merek yaitu ketulusan, kegembiraan, dan keramahan; serta pengaruhnya pada loyalitas wisatawan. Penelitian dilakukan dengan mengambil wisatawan domestik yang pernah berkunjung ke Yogyakarta dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Terkumpul 400 orang wisatawan sebagai responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sifat kepribadian dan kepribadian merek masing-masing mempengaruhi loyalitas, dan kepribadian merek juga memediasi pengaruh sifat kepribadian pada loyalitas secara parsial.

Kata kunci: Kepribadian, Sifat Kepribadian, Kepribadian Merek, Pemasaran Tempat, Loyalitas