

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK
SKINCARE MS GLOW DI SINGARAJA**

Oleh

Ni Nyoman Murniasih, NIM 1917041104

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli ulang, baik secara simultan maupun parsial. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Singaraja dengan usia 17-45 tahun yang pernah membeli dan menggunakan *skincare* Ms Glow . Objek penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk dan minat beli ulang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 90 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, (3) citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, minat beli ulang.

***INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY
IN INTEREST TO BUY PRODUCTS
SKINCARE MS GLOW IN SINGARAJA***

By

Ni Nyoman Murniasih, NIM 1917041104

Manajemen Department

ABSTRACT

This study aims to test the influence of brand image and product quality on repurchase intention, both simultaneously and partially. The research design used in this study is causal quantitative and Ms Glow skincare users in Singaraja city aged 17-45 years as a subject. The object is the brand image, product quality and repurchase intention. Sample determination in this study used purposive sampling technique. The number of samples used was 90 respondents. The data collection technique used in this study was a questionnaire and subsequently the data was analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this study are (1) brand image has a positive and significant effect on repurchase intention, (2) product quality has a positive and significant effect on repurchase intention, (3) brand image and product quality have a significant effect on repurchase intention.

Keywords : brand image, product quality, repurchase intention.

