

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ULANG PRODUK *SUN CARE NIVEA* DI KECAMATAN
SERIRIT, KABUPATEN BULELENG**

**Oleh
Sonny Suhendra Murjasa, NIM. 1917041051
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli ulang produk *Sun care nivea* di Kecamatan Seririt, Kabupaten Buleleng. Penelitian ini akan menggunakan penelitian kuantitatif sebagai metodenya. Survei digunakan untuk mengumpulkan data, yang selanjutnya diperiksa menggunakan perangkat lunak SPSS. Data yang terkumpul akan dievaluasi menggunakan analisis statistik deskriptif, pengujian instrumental, pengujian asumsi konvensional, dan pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini menggunakan 13 indikator dengan sampel sebanyak 130 responden dan yang memenuhi kriteria penelitian sebanyak 100 responden, sehingga pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini bahwa (1) citra merek tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang *Sun care Nivea*. (2) kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang *Sun care Nivea*. (3) citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli *Sun care* di Kecamatan Seririt, Kabupaten Buleleng.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, dan Minat Beli Ulang.

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON
INTEREST IN REPURCHASING NIVEA SUN CARE PRODUCTS IN
SERIRIT DISTRICT, BULELENG DISTRICT***

By

***Sonny Suhendra Murjasa, ID. 1917041051
Department of Management, Faculty of Economics***

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image and product quality on interest in repurchasing Sun care Nivea products in Seririt District, Buleleng Regency. This research will use quantitative research as the method. Surveys were used to collect data, which was then checked using SPSS software. The collected data will be evaluated using descriptive statistical analysis, instrumental testing, conventional assumption testing, and hypothesis testing. This research used 13 indicators with a sample of 130 respondents and 100 respondents who met the research criteria, so this research used a sample of 100 respondents. The results of this research are that (1) brand image has no effect on interest in repurchasing Sun care Nivea. (2) product quality influences interest in repurchasing Sun care Nivea. (3) brand image and product quality influence interest in purchasing Sun care in Seririt District, Buleleng Regency.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, and Repurchase Intention.*

