

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP PEMBELIAN ULANG PRODUK *SCARLETT WHITENING* DI TOKO QUEEN BEAUTY SINGARAJA

Oleh

Ketut Ade Susriyawati, NIM 2117041150

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap pembelian ulang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan melakukan pembelian ulang produk *Scarlett Whitening* di Toko Queen Beauty Singaraja. Objek penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek dan pembelian ulang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat atau *customer* yang pernah membeli dan melakukan pembelian ulang produk *Scarlett Whitening* di Toko Queen Beauty Singaraja. Sampel dalam penelitian ini menggunakan pedoman (Ferdinand 2006) dan teknik *purposive sampling*, sehingga digunakan sampel sebanyak 130 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi dokumentasi. Pengolahan data menggunakan bantuan program *Statistical Package for The Sosial Science* versi 25. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang produk *Scarlett Whitening* di Toko Queen Beauty Singaraja, (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang produk *Scarlett Whitening* di Toko Queen Beauty Singaraja dan (3) Citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang produk *Scarlett Whitening* di Toko Queen Beauty Singaraja.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, pembelian ulang.

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP PEMBELIAN ULANG PRODUK SCARLETT WHITENING DI TOKO QUEEN BEAUTY SINGARAJA

Oleh

Ketut Ade Susriyawati, NIM 2117041150

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of product quality and brand image on repeat purchases. The type of research used is quantitative research with a causal research design. The subjects in this study were consumers who had purchased and repurchased Scarlett Whitening products at the Queen Beauty Singaraja Store. The objects of this study are product quality, brand image and repeat purchases. The population in this study were all people or customers who had purchased and repurchased Scarlett Whitening products at the Queen Beauty Singaraja Store. The sample in this study used the guidelines (Ferdinand 2006) and purposive sampling techniques, so that a sample of 130 respondents was used. The data collection method used questionnaires and documentation studies. Data processing used the assistance of the Statistical Package for The Social Science version 25 program. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) Product quality and brand image have a significant influence on repeat purchases of Scarlett Whitening products at the Queen Beauty Singaraja Store, (2) Product quality has a positive and significant influence on repeat purchases of Scarlett Whitening products at the Queen Beauty Singaraja Store and (3) Brand image has a positive and significant influence on repeat purchases of Scarlett Whitening products at the Queen Beauty Singaraja Store.

Keywords: brand image, product quality, repurchase behavior