

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK MS GLOW

Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Atnya Aprilia
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh secara simultan citra merek, harga dan kualitas produk terhadap minat beli ulang pada produk MS Glow, (2) pengaruh secara parsial citra merek terhadap minat beli ulang pada produk MS Glow, (3) pengaruh secara parsial harga terhadap minat beli ulang pada produk MS Glow, (4) pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap minat beli ulang pada produk MS Glow. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Sanata Dharma yang membeli dan menggunakan produk MS Glow. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sample *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan aplikasi SPSS 22.0 *for windows*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) citra merek, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada produk MS Glow, (2) citra merek secara parsial tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang pada produk MS Glow, (3) harga secara parsial terhadap minat beli ulang pada produk MS Glow, (4) kualitas produk secara parsial terhadap minat beli ulang pada produk MS Glow.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan minat beli ulang

ABSTRACT

***THE INFLUENCE of BRAND IMAGE, PRICE and PRODUCT QUALITY on MS GLOW
PRODUCT REPURCHASE INTENTION***

Study on Students of Sanata Dharma University Yogyakarta

Atnya Aprilia
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2023

This study aims to find out: (1) the simultaneous influence of brand image, price and product quality on repurchase interesting of MS Glow products, (2) partial influence of brand image on repurchase intention of MS Glow products, (3) partial effect of price on repurchase intention of MS Glow products, (4) partial effects of products quality on repurchase intention of MS Glow products. The study was conducted in September 2023. The population in this study is Sanata Dharma students who buy and use MS Glow products. Respondents in this study were 100 people with purposive sampling technique. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis, using the SPSS 22.0 for windows application. The results of this study show that: (1) brand image, price and product quality significantly affect repurchase intention of MS Glow products, (2) brand image has not effect on the repurchase interest in MS Glow products, (3) price partially affects repurchase intention on MS Glow products, (4) product quality has partial effect to repurchase intention on MS Glow products.

Keywords : Brand Image, Price, Product Quality and Repurchase Intention