

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG

(Studi Konsumen Pria Pengguna Deodoran di Toko *Retail* Bandar Lampung)

Oleh

ROMARIO IBRAHIM

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa Besar Kualitas Produk, Iklan, Citra Merek mempengaruhi Minat Pembelian Ulang. Keputusan pembelian ulang konsumen merupakan suatu keputusan konsumen untuk membeli produk lebih dari satu kali. Keputusan pembelian ulang konsumen juga diringi oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya, terutama tentang informasi mengenai manfaat produk yang akan mereka dapatkan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan melalui Regresi Linear berganda menggunakan software SPSS 17.0. responden penelitian ini adalah konsumen pria pengguna deodorant di Toko Retail Kota Bandar Lampung. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Iklan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat pembelian ulang dengan t_{hitung} masing-masing sebesar 4.003 dan 1.925. Variabel citra merek sendiri tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang dikarenakan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu sebesar 0.750. Secara simultan Kualitas Produk, Iklan dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang produk deodoran di toko retail Kota Bandar Lampung.

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