

ABSTRAK

EFEK NEGARA ASAL, CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK LIPSTIK MEREK REVLON

(Studi pada Mahasiswi di FISIP Universitas Lampung)

**Oleh
NIA ARNILA**

Era globalisasi saat ini dengan majunya perkembangan teknologi membuat evaluasi konsumen terhadap suatu produk tidak hanya didasarkan pada syarat *intrinstik* namun juga syarat *ekstrinsiknya*. Negara asal (*COO*), citra merek dan persepsi kualitas merupakan faktor yang tidak dapat dipandang sebelah mata. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh negara asal (*COO*), citra merek, persepsi kualitas terhadap minat beli ulang konsumen. Jenis penelitian ini adalah *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Data penelitian ini melibatkan 60 responden dengan teknik *non probability sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan bantuan alat *SPSS for Windows 16*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara parsial terdapat satu variabel independen yaitu variabel persepsi kualitas yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Sedangkan variabel negara asal (*COO*) dan variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Secara simultan, tiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kata Kunci: Citra Merek, Minat Beli Ulang, Negara Asal, Persepsi Kualitas.