

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK SEPATU VANS**

**(Survei Pada Mahasiswa FEB Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta)**

**Oleh**

**MUHAMMAD REGA SURYATAMA**

**NIM : 141130160**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Program Studi Manajemen**

**Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta**

**[regasuryatama1@gmail.com](mailto:regasuryatama1@gmail.com)**

***ABSTRAKSI***

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian ulang produk Vans pada Mahasiswa FEB Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta dan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang produk sepatu Vans pada Mahasiswa FEB Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif kuantitatif, dimana instrumen penelitian ini berupa kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta. Teknik pengambilan sample dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang telah diuji validitas dan reabilitasnya. Analisis regresi berganda digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini. Hasil penelitian menemukan bahwa Citra Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang produk sepatu Vans pada Mahasiswa FEB Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta sebesar ( $\beta$ ) 0,245 dan tingkat signifikansinya 0,016. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang produk sepatu Vans pada Mahasiswa FEB Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta sebesar ( $\beta$ ) 0,336 dan tingkat signifikansinya 0,000. Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang produk sepatu Vans pada Mahasiswa FEB Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan besarnya R Square adalah sebesar 0,838.

Kata Kunci : Citra Merek , Kualitas Produk , Keputusan Pembelian Ulang

