

ABSTRAK

Ayuning Putri Dwi Pusparini, Nomor Mahasiswa 152140123, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul penelitian “Pengaruh *Perceived Quality* dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian Ulang” (Studi pada Pelanggan Produk Baru Distro Gimmeback tanggal 7-13 April 2018 di Kebumen), 2018. Dosen Pembimbing I Sigit Haryono dan Dosen Pembimbing II Lukmono Hadi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Quality* dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Pelanggan Distro Gimmeback di Kebumen. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Distro Gimmeback di Kebumen. Ukuran sampel pada penelitian ini 64 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Teknik analisis data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial yang menggunakan metode Statistik *Partial Least Square* (PLS-SEM). Alat yang digunakan sebagai instrument analisis data adalah program SmartPLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh Signifikan antara *Perceived Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan. Ada pengaruh signifikan antara *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan. Ada Pengaruh Signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Ada pengaruh signifikan antara *Perceived Quality* terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Ada pengaruh signifikan antara *Brand Image* dengan Keputusan Pembelian Ulang. Tidak ada pengaruh *Perceived Quality* terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan. Tidak ada pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelangga.

Kata Kunci : *Perceived Quality*, *Brand Image*, , Keputusan Pembelian Ulang.