

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
MINAT MEMBELI ULANG PRODUK KOSMETIK “MAKE OVER”

DI SLEMAN YOGYAKARTA

DEA AMELIA NOVIKA

NIM : 141160041

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

amelianvdhea@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan harga terhadap minat membeli ulang. Pengambilan data yang digunakan yaitu pengambilan seluruh populasi yang telah melakukan pembelian dan menggunakan kosmetik Make Over di Sleman Yogyakarta. yang berjumlah 100 responden. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image*, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli ulang.