PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG KOSMETIK BERLABEL HALAL PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA

Anin Nurul Khasanah

NIM. 141160064

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta
(aninnurul97@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian ulang kosmetik berlabel halal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan secara *online* melalui *google form*. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data kuesioner diuji dengan menggunakan SPSS versi 24. Metode statistik untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan harga secara bersama-sama dan parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian Ulang.