

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE* , *PRODUCT QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK MEREK MS GLOW DI KABUPATEN TAKALAR

NUR FAJRI AMALIAH

NIM 141180072

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[\(nurfajriarr@gmail.com\)](mailto:nurfajriarr@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh “Pengaruh *Brand Image* , *Product Quality*, dan *Persepsi Harga* Terhadap *Repurchase Intention* Produk Ms Glow di Kabupaten Takalar”. Penelitian ini merupakan penelitian survey, dengan alat pengumpulan datanya adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Ms Glow di Kabupaten Takalar. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 110 responden dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: 1) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada produk Ms glow. 2) *Product Quality* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention* pada produk Ms glow, 3) *Persepsi Harga* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention* pada produk Ms glow, 4) *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Persepsi Harga* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada produk Ms glow.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Product Quality*, *Persepsi Harga*, dan *Repurchase Intention*.