ABSTRAKSI

Novika Winda Pasha, Nomor Mahasiswa 15220044, Jurusan Ilmu Administrasi Biniss Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui *Brand Image* Sebagai Variable Intervening (Studi Pada Konsumen Air Mineral Dalam Kemasan Merek Aqua)”. Humam Santoso Utomo selaku dosen pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui *Brand Image* Sebagai Variable Intervening (Studi Pada Konsumen Air Mineral Dalam Kemasan Merek Aqua). Jenis Penelitian adalah kuantitatif. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan Siswa Kelas 11 MAN 2 Klaten. Lokasi penelitian dilaksanakan di MAN 2 Klaten. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Simple random sampling*. Data penelitian ini merupakan data primer. Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik infrensial dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* atau SEM dengan menggunakan SMARTPLS 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Iklan berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image*, Iklan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang, *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Iklan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang melalui *Brand Image*.

Berdasarkan hasil penelitian, Iklan pada produk Air Mineral Dalam Kemasan Merek Aqua dapat ditingkatkan kualitasnya sesuai dengan pesan, target pasar dan kondisi pasar. *Brand Image* produk Air Mineral Dalam Kemasan Merek Aqua dapat ditingkatkan dengan keikutsertaan dalam kampanye peduli lingkungan agar dapat meningkatkan minat beli ulang pada produk Aqua.

Kata Kunci: Pemasaran, Iklan, *Brand Image*, Minat Beli Ulang