

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA NIAT BELI ULANG Kosmetik Wardah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada niat beli ulang. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 113 responden dengan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis meliputi uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE PERCEPTIONS ON CUSTOMER SATISFACTION AND THE IMPACT ON REPURCHASING INTENTIONS OF Wardah Cosmetics

This study aims to analyze the perception of price and product quality on customer satisfaction and their impact on repurchase intentions. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, University of Stikubank (Unisbank) Semarang. The sample used in this study were 113 respondents with the method used in this sampling was purposive sampling, namely the sampling technique based on certain considerations. The data used in this study are primary data, multiple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing including F test and t test. The results showed that product quality had a positive effect on customer satisfaction, price perception had a positive effect on customer satisfaction, and customer satisfaction had a positive effect on repurchase intention.

Keywords: Product Quality , Price Perception, Customer Satisfaction and Repurchase Intention .