

## ABSTRAK

Tujuan Dari penelitian ini untuk memahami akibat kualitas layanan, kualitas produk, citra merek terhadap kepercayaan dan dampak pada niat beli ulang. Pada penelitian ini data dikumpulkan melewati kuesioner yang dibagikan secara online melalui *google form*. Sampel yang terdiri dari 115 responden sudah dikumpulkan menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan SPSS 19.0. hasil riset memperlihatkan bahwa 1) kualitas layanan berdampak positif dan signifikan atas kepercayaan, 2) kualitas produk berdampak positif dan signifikan atas kepercayaan, 3) citra merek berdampak positif dan signifikan atas kepercayaan 4) kepercayaan berdampak positif dan signifikan atas niat beli ulang.

Kata kunci : kualitas layanan, kualitas produk, citra merek, kepercayaan, niat beli ulang

## ABSTRACT

The purpose of this research is to understand the impact of service quality, product quality, brand image on trust, and impact on intention to repurchase on research this is data collected through a questionnaire, which is shared online, via google form Sample consisting of 115 respondents, have been collected using purposive, sampling technique. Data analyzed using SPSS 19.0. The research results show that 1) service quality has a positive and significant impact on trust, 2) product quality has a positive and significant impact on trust, 3) brand image has a positive impact and significant for trust 4) trust has a positive and significant impact on repurchase intention.

Keywords. : service quality, product quality, brand image, trust, intention repurchase