

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan dampak 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 110 responden dan 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 yang meliputi uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.

**Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang**

## **ABSTRACT**

*This study aims to identify the perception of price, product quality and brand image on customer satisfaction and the impact on repurchase intention. 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 was 110 respondents and 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 which includes F test and t test. The results show that price perception has no effect on customer satisfaction, product quality has a positive effect on customer satisfaction, brand image has no effect on customer satisfaction and customer satisfaction has a positive effect on repurchase intention.*

***Keywords: Price Perception, Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction and Repurchase Intention***