

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh dari *persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk* terhadap *keputusan pembelian kembali* pada produk Wardah. Data penelitian ini merupakan data primer yang didapat dari pengolahan data kuisisioner yang diisi oleh para responden yang merupakan pengguna produk Wardah yang sudah pernah membeli produk ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan hipotesis kasualitas. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 140 responden dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis Partial Least Square (PLS). Hasil temuan pada penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *keputusan pembelian kembali*.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Kembali.



ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of price perception, brand image, and product quality on the product repurchase decisions. This research data is primary data obtained from processing questionnaire data filled out by respondent who are product Wardah who have already bought this product. This study uses quantitative methods with causality hypothesis. The number of samples used in this study were 140 respondents and analytical technique used in this study is Partial Least Square (PLS) analysis. The findings in previous studies show that price perception, brand image, and product quality also has a significant on the product repurchase decisions.

Keywords : *Price Perception, Brand Image, and Product Quality, Repurchase Decisions.*

