

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merk, persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang *fashion 3 Second* di Kota Jakarta Barat. Objek penelitian ini adalah pelanggan *fashione 3 second* di Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan terhadap 105 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penentuan ukuran sampel menggunakan teknik *judgemental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Penelitian ini membuktikan bahwa Citra merk, Persepsi harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang Studi Kasus *fashion distro 3 Second* di *mall Ciputra* kota Jakarta Barat

Kata Kunci: Citra merk, Persepsi harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image, price perception, service quality and trust on the intention to repurchase 3 second fashion in the city of West Jakarta. The object of this research is 3 second fashion customers in West Jakarta. This research was conducted on 105 respondents using a quantitative descriptive approach. Determination of sample size using judgemental sampling technique. Methods of data collection using survey methods, with the research instrument is a questionnaire. The approach used in this research is Structural Equation Model (SEM) with Smart-PLS analysis tool. This study proves that brand image, price perception, service quality and trust have a positive and significant effect on the intention to repurchase distro 3 second fashion in ciputra mall in the city of West Jakarta.

Keywords: *Brand Image, Price Perception, Service Quality, Trust.*

