

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengaruh citra merek, *celebrity endorser*, dan ulasan produk terhadap Intensi Beli Ulang *susncreen* Madame Gie pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Meruya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi yang pernah menggunakan *susncreen* Madame Gie, pengambilan sampel yang digunakan adalah sebanyak 155 responden dan dihitung menurut rumus Hair. Metode dalam pengambilan sampel menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square 4.0. Hasil dari penelitian ini yaitu Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Beli Ulang, *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Beli Ulang, Ulasan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Beli Ulang.

Kata Kunci: citra Merek, *celebrity endorser*, ulasan produk, intensi beli ulang.



ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of brand image, celebrity endorsers, dan product reviews on interest in repurchasing Madame Gie's screen on Mercu Buana Meruya University students. The population in this study were female students who had used Madame Gie's screen. The sample used was 155 respondents dan was calculated according to the Hair formula. The sampling method uses Purposive Sampling Technique. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The data analysis method used is Partial Least Square 4.0. The results of this research are that Brand Image has a positive dan significant effect on Repurchase Intention, Celebrity Endorser has a positive dan significant effect on Repurchase Intention, Product Reviews has a positive dan significant effect on Repurchase Intention.

Keyword: *Brand Image, Celebrity Endorser, Product Reviews, Repurchase Intention.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA