

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
MINAT BELI ULANG KOSMETIK LIPSTIK WARDAH
(Study Kasus Pada Pengguna Lipstik Wardah Di Mahasiswa STIE PGRI
Dewantara Jombang)**

ABSTRAKSI

Oleh :

**Anggriani Yulianto
1561037**

Dosen Pembimbing :

Dr. Siti Zuhroh, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel persepsi kualitas dan *brand image* terhadap minat beli ulang kosmetik lipstik Wardah di Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanasi (*eksplanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan skala pengukuran *bipolar adjective*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang menggunakan produk kosmetik lipstik Wardah dengan sampel sejumlah 97 responden. Penelitian ini melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan metode analisis Regresi Linier Berganda. Pengukuran uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara persepsi kualitas dan *brand image* terhadap minat beli ulang kosmetik lipstik Wardah di Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang.

Kata Kunci : *Persepsi Kualitas, Brand Image dan Minat Beli Ulang*