

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG

(Studi Pada *Followers Official Pengguna Skincare Somethinc*)

ABSTRAK

Oleh :

Fajar Ainia

**Dosen Pembimbing :
Dr. Siti Zuhroh, M.si**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui data dan menjelaskan pengaruh daya tarik iklan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang pada pengguna *skincare* Somethinc. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan. Populasinya adalah *followers official skincare* Somethinc dengan sampel penelitian sebanyak 100 responden. Analisa data dengan menggunakan metode statistic Regresi Linier Berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien determinasi. Data diolah menggunakan SPSS 20. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang *skincare* Somethinc, serta kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang *skincare* Somethinc.

Kata kunci : Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang