

## ABSTRAK

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Minat Beli Ulang Shampo Rejoice pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.**

**Oleh: Lavenia Putri Mareta**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap minat beli ulang shampo rejoice. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Populasi penelitian adalah mahasiswa Universitas Negeri Padang yang telah menggunakan sampho rejoice dengan teknik penarikan sampel *purposive sampling*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner dan studi dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis induktif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap minat beli ulang, terlihat dari sig  $0,000 < 0,05$ , (2) Terdapat pengaruh signifikan iklan terhadap minat beli ulang, terlihat dari sig  $0,018 < 0,05$ , (3) terdapat pengaruh signifikan kualitas produk dan iklan terhadap minat beli ulang, terlihat dari sig  $0,000 < 0,05$ . Kontribusi kualitas produk dan iklan terhadap minat beli ulang sebesar 37,7%, sedangkan sisanya 62,3% disumbangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Iklan, Minat Beli, Konsumen