ABSTRAK

Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Pembelian Ulang Pond's White Beauty di Universitas Negeri Padang

Oleh : Vevi Susanti/2012

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui sejauhmana pengaruh kepuasan atas kualitas produk terhadap pembelian ulang Pond's *white beauty* di Universitas Negeri Padang. (2) untuk mengetahui sejauhmana pengaruh *brand image* terhadap pembelian ulang Pond's *white beauty* di Universitas Negeri Padang. (3) untuk mengetahui sejuahmana pengaruh kepuasan atas kualitas produk terhadap *brand image* Pond's *white beauty* di Universitas Negeri Padang.

Jenis penelitian ini adalah kausatif, dimana penelitian ini mengidentifikasi hubungan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi Universitas Negeri Padang yang menggunakan Pond's *white beauty*. Sampel penelitian ini diambil berjumlah 119 orang dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan cara *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan induktif yaitu analisis jalur (*path analysis*). Hipotesis diuji dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) variabel kepuasan atas kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang Pond's *white beauty* pada mahasiswi di Universitas Negeri Padang (2). variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang Pond's *white beauty* pada mahasiswi di Universitas Negeri Padang (3) variabel kepuasan atas kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap *brand image* Pond's white beauty di Universitas Negeri Padang.