

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli ulang pada produk *body lotion* Daviena *Skincare* di Kota Bandung. Citra merek dan kualitas produk merupakan dua elemen penting dalam strategi pemasaran yang diyakini mampu mempengaruhi loyalitas serta keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang telah menggunakan produk tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara deskriptif, citra merek dan kualitas produk berada pada kategori sangat baik, sedangkan minat beli ulang berada pada kategori cukup tinggi. Uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Kualitas produk juga terbukti memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat beli ulang. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap citra merek dan kualitas produk, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Dengan demikian, perusahaan disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan citra merek serta kualitas produk melalui strategi komunikasi yang tepat, peningkatan mutu, dan penguatan loyalitas pelanggan guna mendukung keberlanjutan pembelian ulang.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang, *Skincare*, *Body Lotion*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image and product quality on repurchase intention of Daviena Skincare body lotion products in Bandung City. Brand image and product quality are essential components of marketing strategies that are believed to influence customer loyalty and purchasing decisions. This research employs a quantitative approach using a survey method through the distribution of questionnaires to consumers who have used the product. The sampling technique applied is non-probability sampling with a purposive sampling method. Descriptive analysis results indicate that brand image and product quality are perceived as very good, while repurchase intention falls into the fairly high category. Based on the multiple linear regression test, brand image has a significant influence on repurchase intention, and product quality shows a highly significant effect. These findings indicate that the more positive consumers' perceptions are of the brand image and product quality, the higher their tendency to make repeat purchases. Therefore, the company is advised to maintain and enhance brand image and product quality through effective communication strategies, product quality improvements, and customer loyalty programs to support sustainable repeat purchases.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Repurchase Intention, Skincare, Body Lotion.