

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN  
MINAT BELI ULANG SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PRODUK SKINTIFIC  
DI TANGERANG**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dengan minat beli ulang sebagai variabel intervening. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan Produk Skintific di Wilayah Tangerang. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 250 responden. Adapun metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan alat analisis AMOS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dan minat beli ulang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Kata kunci : kualitas produk, harga, citra merek, minat beli ulang, kepuasan konsumen.

(xii + 66 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2002 – 2023)