

Kholidatin Ainiyah, 11311026, “**Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kerudung Merek Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik**”, Manjemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, 2015.

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial dan simultan kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang kerudung merek Rabbani di kecamatan Manyar Gresik. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling* metode yang digunakan yaitu *sampling incidental* dengan cara menyebarkan kuisioner sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS/Windows. V.15. pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F, dengan taraf signifikan 5%. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa ketiga variabel yang masuk dalam analisis secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang di kecamatan Manyar Gresik. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil perhitungan yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 12,986 lebih dari F tabel 2,699 dari ketiga variabel tersebut, ternyata Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan dengan nilai t hitung sebesar 3,299 dengan taraf signifikansi 0,025%. Berdasarkan hasil analisis tersebut maka keputusan pembelian ulang di kecamatan Manyar Gresik sangat dominan terhadap Kualitas Produk, dari ketiga variabel Kualitas Produk harus lebih ditingkatkan agar konsumen lebih memahami lagi Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Citra Merek, Keputusan Pembelian Ulang.

Kholidatin Ainiyah, 11311026, "Effect of Product Quality, Brand Trust and Brand Image on Repeat Purchase Decision Brand Rabbani in District Manyar Gresik", Management, Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, 2015.

Abstract

This study aims to identify and analyze the effect of partial and simultaneous product quality, brand trust and brand image on purchase decision on brand hoods Rabbani in the district Manyar Gresik. Sampling was done by using nonprobability sampling method used is incidental sampling by distributing questionnaires of 100 respondents. The analysis tool used is by using multiple linear regression using SPSS/Windows. V.15. hypothesis testing using t-test and F-test, with significance level of 5%. The calculations show that the three variables included in the analysis together have a significant influence on the repeat purchase decision in the district Manyar Gresik. This conclusion is based on the calculation results indicate calculated F value of 12.986 more than 2,699 F table of these three variables, it turns Product Quality has significant influence with t value of 3.299 with a significance level of 0.025%. Based on the analysis, then re-purchase decision in the district Gresik Manyar very dominant on Product Quality, Product Quality of three variables must be improved so that consumers better understand the Product Quality, Brand Trust and Brand Image on Repeat Purchase Decision.

Keywords: *Quality of Product, Brand Trust, Brand Image and Repeat Purchase Decision.*