

ABSTRAK

Di era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar nasional (domestik) maupun di pasar internasional, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas yang mampu bersaing di pasaran. Selera konsumen yang semakin tinggi dan cepat berubah membuat para pelaku bisnis dituntut untuk memberikan produk yang beragam serta berkualitas sehingga dapat memuaskan kebutuhan konsumen dan memenangkan persaingan.

Produk *make up* atau *skincare* yang baru-baru ini muncul dan sedang tren dikalangan masyarakat Indonesia berasal dari Negeri Ginseng atau Korea Selatan, produk ini telah menggeser popularitas produk *skincare* dari negara-negara Barat. Dari beberapa ulasan yang telah penulis dapatkan dan juga penyebaran kuesioner pra-penelitian yang di lakukan, maka variabel penelitian ini adalah Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang *Nature Republic*.

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang *Nature Republic* menggunakan metode penelitian kuantitatif dan penggunaan skala likert sebagai pengukuran. Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah konsumen wanita yang pernah menggunakan produk *Nature Republic* dengan sampel penelitian yaitu 100 responden. Teknik penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana yang diolah menggunakan bantuan *SPSS 22 For Windows*.

Berdasarkan uji hipotesis yang di lakukan menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh untuk variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikansi terhadap Minat Beli Ulang hal ini sesuai dengan $t_{hitung} 15.446 (t_o) > 1,658 (t_a)$. Kesimpulan penelitian ini yaitu variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap variabel Minat Beli Ulang sebesar 70,9% dan sisanya 29,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, dan Minat Beli Ulang