

## ABSTRAK

Tren produk kecantikan di kalangan masyarakat Indonesia terus meningkat. Semakin banyak masyarakat Indonesia yang melek akan beragam jenis produk dan merek kecantikan seperti kosmetik maupun perawatan tubuh. Pasar kosmetik Indonesia pun terus berkembang dan berinovasi. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli ulang produk kosmetik Maybelline.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif dan penggunaan skala likert sebagai skala pengukuran dan analisis data menggunakan regresi linear berganda. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel nonprobability, purposive sampling dan penghitungan dengan rumus bernoulli, kemudian kuesioner disebar kepada 385 responden dan pengolahan data menggunakan SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang pada Produk Kosmetik Maybelline sebesar 11.315 dan terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap minat beli ulang pada Produk Kosmetik Maybelline 13.815. Kemudian kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada Produk Kosmetik Maybelline 252.487. Adapun kontribusi pengaruh dari variabel *independent* kualitas produk dan citra merek terhadap variabel *dependent* minat beli ulang sebesar 56.9% sedangkan sisanya sebesar 43.1% merupakan kontribusi pengaruh dari variabel lain diluar penelitian ini.

**Kata Kunci :** Kualitas produk, citra merek, minat beli ulang