

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, dan bintang iklan (*celebrity endorser*) terhadap minat beli ulang konsumen pada kosmetik Wardah di Bandung Indah Plaza. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pendapat konsumen tentang produk kosmetik Wardah, bagaimana pendapat konsumen tentang harga yang diberikan kosmetik Wardah, bagaimana pendapat konsumen tentang bintang iklan (*celebrity endorser*) yang digunakan oleh kosmetik Wardah, bagaimana minat pembelian ulang konsumen pada kosmetik Wardah, dan seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, dan bintang iklan (*celebrity endorser*) terhadap minat beli ulang secara simultan dan parsial pada kosmetik Wardah.

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif dengan teknik pengumpulan data studi kepustakaan, studi di lapangan, dan kuesioner. Adapun ukuran populasinya sebanyak 835 orang dengan sampel yang diteliti adalah berjumlah 90 orang. Sedangkan teknik sampling yang digunakan untuk menghitung besarnya ukuran sampel adalah *nonprobability sampling*. Dan metode analisis yang digunakan adalah metode analisis Regresi Linier Berganda. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis Simultan (Uji F), Uji Hipotesis Parsial (Uji T), Koefisien Determinasi Parsial, dan Koefisien Determinasi Simultan. Sesuai dengan perhitungan statistic, kualitas produk, harga dan bintang iklan (*celebrity endorser*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besar koefisien Determinasi adalah sebesar 58,3%, sedangkan sisanya sebesar 41,7% merupakan kontribusi variabel lain selain Produk, Harga dan Bintang Iklan (*Celebrity Endorser*).

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Bintang Iklan (*Celebrity Endorser*), dan Minat Beli Ulang