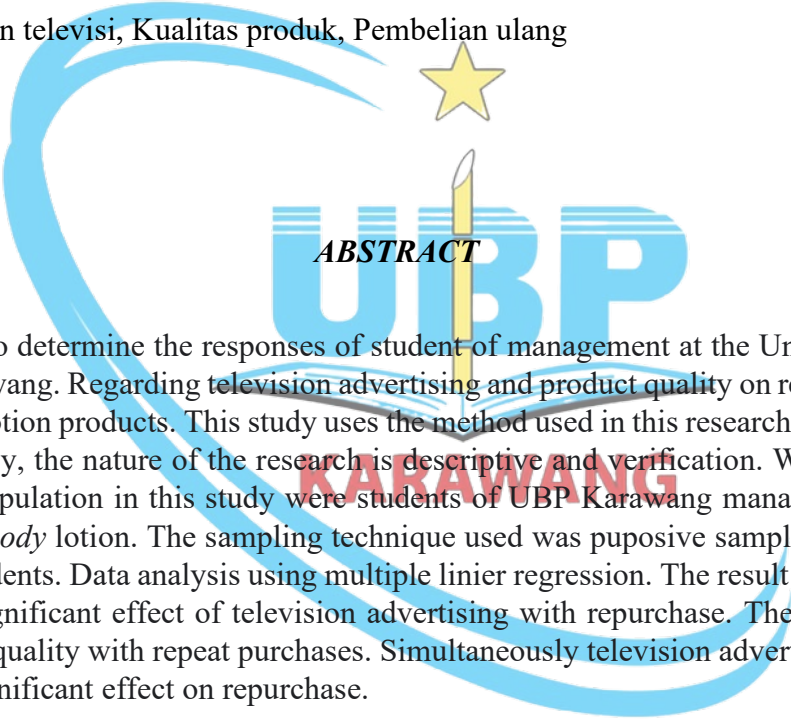


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Mengenai Iklan televisi dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Ulang Produk *Hand and Body lotion* Citra. Penelitian ini menggunakan metode Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif* dan *explanatory survey*, sifat penelitian adalah deskriptif dan verifikatif. Dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Manajemen UBP Karawang yang menggunakan *Hand and Body lotion* Citra. Teknik pengambilan sampling menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 96 responden. Analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikansi secara parsial iklan televisi dengan pembelian ulang. Terdapat pengaruh signifikansi kualitas produk dengan pembelian ulang. Secara simultan iklan televisi dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian ulang.

Kata Kunci: Iklan televisi, Kualitas produk, Pembelian ulang



ABSTRACT

This study aims to determine the responses of student of management at the University of Buana Perjuangan Karawang. Regarding television advertising and product quality on repurchase of Citra *Hand and Body lotion* products. This study uses the method used in this research is descriptive and explanatory survey, the nature of the research is descriptive and verification. With a quantitative approach. The population in this study were students of UBP Karawang management who used Citra *Hand and Body lotion*. The sampling technique used was puposive sampling with a sample size of 96 respondents. Data analysis using multiple linier regression. The result showed that there was no partial significant effect of television advertising with repurchase. There is a significant effect of product quality with repeat purchases. Simultaneously television advertising and product quality have a significant effect on repurchase.

Keywords: television advertising, product quality, repurchase