

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha yang paling banyak di jumpai di Indonesia dengan berbagai macam bidang usaha yang digeluti oleh masyarakat. Salah satu UMKM yang sedang mengalami pertumbuhan pesat adalah UMKM Batik. Pada persaingan yang semakin ketat di industri Fashion, saat ini perusahaan harus dapat menciptakan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih (*competitive advantage*) dari produk pesaing. Tujuan penelitian ini yaitu untuk melakukan analisis pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Batik Tulis Ningrat Lasem di Kabupaten Rembang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pelanggan Batik Tulis Ningrat Lasem di Kabupaten Rembang. Jenis penelitian yang dipakai dalam skripsi ini adalah penelitian yang bersifat kuantitatif. Proses pengumpulan data melibatkan 110 responden dengan informasi pribadi. Berusia 17 hingga lebih dari 40 tahun, responden minimal menggunakan/berbelanja dalam satu tahun terakhir di Batik Tulis Ningrat Lasem. Selanjutnya, data tersebut dianalisis secara kuantitatif dan struktural menggunakan *Structural Equation Model* (SEM), yang dibantu oleh program *Analysis Moment of Structural* (AMOS 24).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat hipotesis dapat diterima dan berpengaruh signifikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang, dan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Minat Pembelian Ulang pada Batik Tulis Ningrat Lasem di Kabupaten Rembang.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Minat Pembelian Ulang, Batik Tulis*