

ABSTRAK

Dalam era modern saat ini produk kecantikan merupakan produk yang sangat populer terutama dikalangan kaum Wanita. Untuk itu perusahaan harus semakin meningkatkan inovasinya untuk bersaing dengan kompetitor lain. Untuk mempertahankan minat beli ulang terdapat beberapa faktor, diantaranya: *customer value*, kualitas produk dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi atas *customer value*, kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang.

Subjek populasi dari penelitian ini yaitu perempuan di daerah Kabupaten Rembang. Sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive samling* sebanyak 100 konsumen diambil dengan rumus *slovin*. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi berganda, serta uji signifikan (uji t dan uji F) dengan aplikasi Software SPSS versi 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer value* berpengaruh terhadap minat beli ulang, kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang dan harg tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang..

Kata kunci: *customer value*, kualitas produk, harga, minat beli ulang, produk perawatan kulit