

## ABSTRAK

Banyak perusahaan yang menciptakan produk-produk yang berbasis lingkungan. Salah satu diantaranya ialah perusahaan Tupperware yang memproduksi produk berupa *plastic container* yang ramah lingkungan. Pada pertengahan tahun 2015 pengelolaan sampah di Magelang dinilai masih buruk dan sudah masuk dalam darurat sampah sehingga dianjurkan untuk mengurangi penggunaan plastik dengan menggunakan suatu wadah yang tidak langsung di buang. PT. Dewisri Prathama Mukhyasa merupakan satu-satunya distributor Tupperware di Magelang yang diharapkan mampu berkontribusi dalam menjaga lingkungan hidup khususnya dalam rangka mengurangi limbah plastik. Akan tetapi, Tupperware mengalami hasil penjualan yang fluktuatif dan terjadi penurunan penjualan secara berturut-turut di tahun 2014 dan tahun 2015. Penurunan penjualan tersebut dapat terjadi karena kurang adanya minat pelanggan untuk membeli ulang produk merek Tupperware.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. Selain itu juga untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dalam memediasi minat beli ulang. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang telah melakukan pembelian produk Tupperware minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir di wilayah Magelang. Model diuji berdasarkan data kuesioner terhadap 100 responden yang dianalisis dengan analisis regresi berganda, analisis jalur, dan uji sobel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen (citra merek dan nilai pelanggan) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan dan variabel minat beli ulang. Begitu pula dengan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening juga memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel minat beli ulang. Nilai pelanggan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: Citra Merek, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang