

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *brand image* dan *perceived quality* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Matahari Departement Store Semarang. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan uji sobel. Dari 100 responden yang dijadikan sampel menunjukkan bahwa a). *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. b) *perceived quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. c). *brand image* memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap *repurchase intention*. d). *perceived quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. e). *customer satisfaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci : *Brand image, Perceived quality, Customer satisfaction* dan *Repurchase intention*