

ABSTRAKSI

Industri *consumer goods* merupakan salah satu industri yang persaingannya cukup kuat, yang paling banyak terjadi pada produk shampo anti ketombe. Persaingan yang ketat ini terjadi pada produk-produk shampo anti ketombe dengan berbagai macam merek, seperti Rejoice, Pantene, Selsun, dan lain-lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh secara simultan *brand preference* dan *customer satisfaction* terhadap *repurchase intention* pada produk shampo anti ketombe Clear di Surabaya dan menganalisis diantara *brand preference* dan *customer satisfaction*, manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap *repurchase intention*.

Desain penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kausal. Populasi dari penelitian ini adalah setiap orang yang pernah membeli dan menggunakan produk shampo anti ketombe Clear minimal 2 kali. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Non Probability Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier berganda yang berfungsi untuk menunjukkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Hipotesis 1 yaitu diduga *brand preference* dan *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada produk shampo anti ketombe Clear di Surabaya dapat diterima. Demikian pula hipotesis 2 yaitu diduga *customer satisfaction* berpengaruh dominan terhadap *repurchase intention* dapat diterima.

Kata Kunci: Brand Preference, Customer Satisfaction dan Repurchase Intention