

**PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, BRAND IMAGE DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK  
KECANTIKAN THE BODY SHOP DI MALL LEVEL21  
DENPASAR**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *shopping lifestyle*, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang produk kecantikan *The Body Shop* di Mall Level 21 Denpasar. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan adalah 100 orang responden yang merupakan konsumen yang pernah berkunjung dan membeli produk *The Body Shop* di Level21 Mall Denpasar minimal dua kali pembelian dan pernah melihat iklan produk *The Body Shop*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *shopping lifestyle*, *brand image*, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya perusahaan untuk meningkatkan *shopping lifestyle*, *brand image*, dan kualitas produk agar menciptakan minat bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang pada produk *The Body Shop* di Level21 Mall Denpasar.

Kata Kunci : *Shopping Lifestyle*, *Brand Image*, Kualitas Produk, Dan Keputusan Pembelian Ulang

