

**PENGARUH SIKAP, *SUBJECTIVE NORMS*, DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK KOSMETIK MEREK ASING (STUDI PADA KONSUMEN WANITA DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh sikap, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* terhadap *repurchase intention* produk kosmetik merek asing pada konsumen wanita di Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Informasi penelitian ini dilakukan terhadap 110 orang sampel yang dipilih berdasarkan metode *non probability sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi dengan menggunakan program SPSS 16.0 (*Statistical Program for Social Science*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu sikap, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* kosmetik merek asing pada konsumen wanita di Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.

***Kata Kunci : sikap, subjective norms, perceived behavioral control, repurchase intention, kosmetik merek asing***