

## ABSTRAK

*Product Quality, Perceived Price dan Service Quality* merupakan salah satu unsur penting dalam keinginan *penggunaan kembali* sebuah jasa *Makeup Artis*, *Product Quality, Perceived Price dan Service Quality* ini seorang konsumen akan memicu berkurangnya *penggunaan kembali* sebuah jasa *Makeup Artis* karena konsumen memiliki banyak opsi lain disisinya. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara Kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap niat menggunakan kembali dengan kepuasan pelanggan sebagai penghubungnya. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa *Makeup artis Anisaapriliaw Mua* yang telah lebih dari satu kali dengan menggunakan teknik *probabilitas sampling*. Metode pengumpulan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form* dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)* dengan aplikasi SmartPLS Total responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan Pengaruh *Product Quality* terhadap *Reuse Intention* pada pengguna *Anisaapriliaw* pada penelitian ini menunjukkan hasil positif signifikan begitupun dengan pengaruh *Perceived Price* terhadap *reuse intension* yang memiliki hasil positif signifikan.

**Kata Kunci:** *Product Quality, Perceived Price, Service Quality, Reuse Intention*