

ABSTRAK
PENGARUH IKLAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG
PRODUK TOP COFFEE

Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Prodi Manajemen
Universitas Sanata Dharma

Stephanus Edi Sujadi

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan harga apakah berpengaruh terhadap minat beli ulang produk Top Coffee, dan mengetahui pengaruh iklan dan harga secara parsial terhadap minat beli produk Top Coffee. Penelitian ini adalah studi kasus. Data dikumpulkan dengan Kuesioner, populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden, teknik sampling yang digunakan adalah *Convenience Sampling*, uji Validitas menggunakan formula *Pearson's Product moment* dan uji Reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Uji Asumsi Klasik yang digunakan adalah Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas dan Uji Normalitas. Sedangkan uji statistik menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian untuk uji hipotesis menunjukkan iklan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang produk Top Coffee. Iklan berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang produk Top Coffee, begitu juga Harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang produk Top Coffee.

**THE INFLUENCE OF ADVERTISEMENT AND PRICE TO ON
INTEREST TO REPURCHASE
TOP COFFEE PRODUCTS**

A Case Study at Economics Faculty, Program Study of Management Sanata
Dharma University, Mrican, Yogyakarta

Stephanus Edi Sujadi

Sanata Dharma University

2019

The analysis aims to determine the influence of advertisement and price on the intention to repurchase Top Coffee products partially and simultaneously. This is a case study. Data were collected using questionnaires. The reaserch population is all students of management department of economics faculty of Sanata Dharma Univercity. The sample includes 100 students, chosen with a convenience sampling technique. The validity test uses pearson is product moment formula and the reliability test uses Cronbach Alpha formula. The classical assumption tests are used to test Multicollinearity, Heteroscedasticity and normality. The statistical tool to test hypothesis is multiple Linear Regression analysis. The result show that the advertisement and price simultanneously influence the intention to repurchase Top Coffee products. Partialy, both advertisement and price give the same influence on the intention to repurchase Top Coffee products.