

ABSTRAK**PENGARUH PROMOSI, BRAND AWARENESS, DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE**

Fransisca Erlin Lorenza
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh promosi terhadap minat beli ulang produk Luwak White Koffie, (2) Pengaruh *brand awareness* terhadap produk Luwak White Koffie, dan (3) Pengaruh *brand image* produk Luwak White Koffie. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sample* dengan Teknik *purposive sampling*. Penelitian ini memperoleh data dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden melalui *google form*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 25.0. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini antara lain: (1) Promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang pada produk Luwak White Koffie, (2) *Brand Awareness* tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada produk Luwak White Koffie, dan (3) *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada produk Luwak White Koffie.

Kata Kunci: Promosi, Brand Awareness, Brand Image, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PROMOTION, BRAND AWARENESS, AND
BRAND IMAGE ON REPURCHASE INTENTION OF LUWAK WHITE
KOFFIE**

Fransisca Erlin Lorenza
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2023

This study aims to determine (1) the effect of promotion on the purchase intention of the Luwak White Koffie product, (2) the effect of brand awareness on the Luwak White Koffie product, and (3) the influence of the brand image of the Luwak White Koffie product. The sampling technique used in this study is a non-probability sample with purposive sampling technique. This study obtained data by distributing questionnaires to 100 respondents via google form. The data analysis technique used is descriptive analysis, classical assumption test, and Multiple Linear Regression analysis using SPSS version 25.0 application program. The results obtained in this study show that: (1) Promotion has an effect on repurchase interest of Luwak White Koffie products, (2) Brand Awareness does not affect repurchase interest of Luwak White Koffie products, and (3) Brand Image has no effect on repurchase interest of Luwak White Koffie products.

Keywords: Promotion, Brand Awareness, Brand Image, Repurchase Intention