

ABSTRAK

MINAT BELI ULANG MIE INSTAN LEMONILO DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA

Maria Rosari Evildis
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh sikap terhadap media sosial pada minat beli ulang mie instan Lemonilo. (2) Pengaruh sikap terhadap *word of mouth* pada minat beli ulang mie instan Lemonilo. (3) Pengaruh sikap terhadap iklan pada minat beli ulang mie instan Lemonio. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi mie instan Lemonilo dalam kurun waktu 2 bulan terakhir dan berusia 15 tahun ke atas, dengan sampel sebanyak 140 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survei, dengan alat pengambilan data adalah kuesioner elektronik. Uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Sikap terhadap media sosial berpengaruh positif pada minat beli ulang. (2) Sikap terhadap *word of mouth* tidak berpengaruh pada minat beli ulang.(3) Sikap terhadap iklan berpengaruh positif pada minat beli ulang.

Kata Kunci : Media Sosial, Word Of Mouth, Iklan, Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

REPURCHASE INTEREST OF LEMONILO INSTANT NOODLES AND ITS UNDERLYING FACTORS

Maria Rosari Evildis
Sanata Dharma University
Yogyakarta, 2023

This research aims to determine: (1) The influence of attitudes towards social media on repurchase interest of Lemonilo instant noodles. (2) The influence of attitude towards word of mouth on repurchase interest of Lemonilo instant noodles. (3) The influence of attitudes towards advertising on repurchase interest of Lemonilo instant noodles. This type of research is quantitative. The population in this study were consumers who had consumed Lemonilo instant noodles in the last 2 months and were aged 15 years and over, with a sample of 140 respondents. Sampling used a purposive sampling technique. The data collection technique in this research is a survey, with the data collection tool being an electronic questionnaire. Test the research instrument using validity and reliability tests. The data analysis techniques used are descriptive analysis and multiple linear regression. The results of this research show that: (1) Attitudes towards social media have a positive effect on repurchase interest. (2) Attitude towards word of mouth does not affect repurchase intention. (3) Attitude towards advertising has a positive effect on repurchase intention.

Keywords: Social Media, Word Of Mouth, Advertising, Repurchase Interest