

## ABSTRAK

### PENGARUH *REFERENCE GROUP* DAN *OPINION LEADER* PADA SIKAP DAN NIAT MENGUNJUNGI ULANG WARUNG NGOPI BJONG

Devi Rosalia Juwita Lau  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2013

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pengaruh informasional dan pengaruh konformitas dalam *reference group* serta kredibilitas *opinion leader* pada sikap konsumen, (2) mengetahui pengaruh sikap konsumen pada niat mengunjungi ulang Warung Ngopi Bjong. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2013 di Warung Ngopi Bjong, Nologaten, Catur Tunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Warung Ngopi Bjong yang pernah mengunjungi minimal satu kali. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *judgemental sampling*, dengan menggunakan teknik sampling tersebut diperoleh 100 responden yang telah mengunjungi Warung Ngopi Bjong minimal satu kali. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan analisis linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan informasional dan konformitas dalam *reference group* serta kredibilitas *opinion leader* mampu memberikan pengaruh pada sikap konsumen. Selain itu dalam penelitian ini juga diketahui bahwa sikap konsumen sangat berpengaruh pada niat mengunjungi ulang Warung Ngopi Bjong.

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF REFERENCE GROUP AND OPINION LEADER IN ATTITUDES AND INTENTIONS TO REVISIT WARUNG NGOPI BJONG

Devi RosaliaJuwita Lau  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2013

This study aims to (1) determine the effect of informational and conformity influence in the reference group and the credibility of opinion leaders in consumer attitudes, (2) determine the effect of consumers' attitude on revisit intention at Warung Ngopi Bjong. This study was conducted in April 2013 at Warung Ngopi Bjong, Nologaten, Catur Tunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta. The data was collected by questionnaire technique. The population used in this study are all consumers Warung Ngopi Bjong who visited at least one time. Sampling technique in this study is judgmental sampling, obtaining 100 respondents who had visited at least once at Warung Ngopi Bjong. The data analysis techniques used are multiple linear regression analysis and simple linear analysis. The result of this study indicated that the strength of the informational and conformity influence in the reference group and the credibility of opinion leader were able to influence consumer attitudes. In addition, this study also noted that consumer attitudes influence the intention to revisit Warung Ngopi Bjong.