

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN ATAU MINUMAN DAN PROMOSI  
MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI ULANG  
(Studi Kasus Pada Konsumen *Coffee Shop* Di Kabupaten Jombang)**

**ABSTRAK**

**Oleh:**

**Muhammad Aji Setiawan**

**1861010**

**Dosen Pembimbing**

**Wenda Wahyu Chistiyanto, SE., MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas makanan atau minuman, dan Promosi media sosial terhadap Minat beli ulang pada konsumen *coffee shop* di Kabupaten Jombang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasinya adalah seluruh konsumen *coffee shop* di Kabupaten Jombang. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik non Probability sampling. Basic teknik ini menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survey dengan instrument kuesioner. Uji instrumen menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang pengujian hipotesisnya menggunakan Uji Autokorelasi dan Uji t. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa dari hasil pengujian hipotesis menggunakan Uji Autokorelasi (Simultan) dan Uji T (Parsial). Dalam uji Autokorelasi dinyatakan bahwa Kualitas makanan atau minuman (X1), dan Promosi media sosial (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Dalam Uji t, Kualitas makanan atau minuman (X1) dan Promosi media sosial (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat beli ulang.

**Kata Kunci : Kualitas makanan atau minuman, Promosi media sosial, Minat beli ulang.**