

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki judul Pengaruh *Social Media* Dan E -Wom Terhadap Minat Beli Ulang (Survei Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa Transmart Buah Batu). Melihat fenomena bahwa minat beli ulang ditemukan faktor yang bermasalah yaitu *Social Media* Dan E -Wom pada Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa Transmart Buah Batu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi seberapa besar Pengaruh *Social Media* Dan E -Wom Terhadap Minat Beli Ulang (Survei Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa Transmart Buah Batu). Metode yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Subjek penelitian adalah konsumen pada Kopi Janji Jiwa Transmart Buah Batu dengan jumlah sampel sebanyak 93 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas *Social Media* Dan E -Wom terhadap minat beli ulang secara parsial variabel *Social Media* memberikan pengaruh sebesar 34,1% terhadap minat beli ulang , dimana semakin baik *Social Media* yang diberikan maka akan membuat minat beli ulang secara terus menerus. Sedangkan secara parsial variabel e-wom memberikan pengaruh 28,2% terhadapminat beli ulang, dimana semakin tinggi e-wom yang diberikan maka akan membuat minat beli ulang semakin puas pada Kopi Janji Jiwa Transmart Buah Batu. Secara simultan *Social Media* Dan E -Wom memberikan pengaruh sebesar 62,3% terhadap minat beli ulang pada Kopi Janji Jiwa Transmart Buah Batu.

Kata Kunci: *Social Media*, E -Wom, Minat Beli Ulang

