

RINGKASAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berjenis survey yang dilaksanakan di Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang. Penelitian ini berjudul “ Pengaruh Cita Rasa, Harga dan *Word Of Mouth* terhadap Minat Beli Ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh cita rasa, harga dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang secara parsial dan simultan.

Populasi adalah konsumen soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang yang sudah pernah melakukan pembelian ulang dengan jumlah tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* menggunakan rumus Purba taraf signifikan 5% sehingga ditemukan sampel sebanyak 384 orang konsumen soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang yang sudah pernah melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan hasil penelitian 1) Cita rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang. 2) Harga parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang. 3) *Word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang. 4) Cita rasa, harga dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Soto Sotaysi di GOR Agus Salim Kota Padang.

SUMMARY

This research uses a quantitative survey type method which was carried out at Soto Sotaysi in GOR Agus Salim, Padang City. This research is entitled "The Influence of Taste, Price and Word of Mouth on Intention to Repurchase Soto Sotaysi at GOR Agus Salim, Padang City".

The aim of this research is to determine the influence of taste, price and word of mouth on interest in repurchasing Soto Sotaysi at GOR Agus Salim, Padang City, partially and simultaneously.

The population is consumers of Sotaysi soup in GOR Agus Salim, Padang City who have made repeat purchases for an unknown amount. The sampling technique used accidental sampling using the Purba formula with a significance level of 5% so that a sample of 384 Sotaysi soto consumers in Gor Agus Salim, Padang City were found who had made repeat purchases.

Based on the research results 1) Taste partially has a positive and significant effect on interest in repurchasing Soto Sotaysi at GOR Agus Salim, Padang City. 2) Partial prices have a positive and significant effect on interest in repurchasing Soto Sotaysi at GOR Agus Salim, Padang City. 3) Word of mouth partially has a positive and significant effect on interest in repurchasing Soto Sotaysi at GOR Agus Salim, Padang City. 4) Taste, price and word of mouth simultaneously have a positive and significant effect on interest in repurchasing Soto Sotaysi at GOR Agus Salim, Padang City.