

ABSTRAK

Pengaruh *Cause Related Marketing*, Iklan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Produk Air Minum Aqua di Kota Padang.

Skripsi: FE/ Manajemen, 2014. Penulis; Mia Rizky Amelia, 2005-65295.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Pengaruh *cause related marketing* terhadap kepercayaan konsumen dan minat beli ulang, (2) Pengaruh Iklan berpengaruh kepercayaan konsumen dan minat beli ulang. (3) Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang. Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian kausal, populasi dalam penelitian ini adalah penduduk kota padang dengan rentang usia 20-50 tahun. Sampel diambil dengan menggunakan *Multi stage*. Pengujian instrument dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *cause related marketing* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang 14,82% dan kepercayaan konsumen 19,44%, (2) iklan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang 4,3%, dan kepercayaan konsumen 24,8% (3) kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang 6%.