

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA APLIKASI MOBILE FORE COFFEE**

**Oleh:**

**Intan Eka Aprilia**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffee. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian bersifat kausalitas. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi mobile Fore Coffee di Bandar Lampung. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* maka diperoleh 140 responden. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menyatakan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffe

**Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Minat Beli Ulang**