ABSTRAK

Yogurt adalah produk olahan susu yang melalui proses fermentasi bakteri asam laktat, *lactobacillus bulgaricus* dan *streptococcus thermophilus*. Kelebihan yogurt dari produk olahan susu lainnya adalah jumlah proteinnya yang lebih banyak. Jumlah protein yogurt lebih tinggi dari pada susu dikarenakan penambahan protein yogurt dari sintesa mikroba dan kandungan protein dari mikroba tersebut. Yogurt sangat berguna bagi kesehatan manusia, karena yogurt menjaga keseimbangan asam lambung dan menekan pertumbuhan bakteri patogen di usus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Health*, *Safety*, *Environmental Friendly*, *Product Quality* terhadap *Actual Repurchase Behavior* melalui *Repurchase Intention*. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen khususnya seberapa besar pengaruh enam variabel sehingga meningkatkan *Actual Repurchase Behavior* yang pada akhirnya akan mengakibatkan pembelian ulang pada produk Cimory di surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan AMOS. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan karakteristik responden pria dan wanita berumur 18-60 tahun, yang pernah membeli produk Cimory dalam jangka waktu satu kali dalam dua bulan terakhir.

Hasil penelitian menunjukkan *Health* dengan koefisien regresi sebesar 0,236 secara positif dan signfikan mempengaruhi *Repurchase Intention*, *Safety* dengan koefisien regresi sebesar 0,469 secara positif dan signifikan mempengaruhi *Repurchase Intention*, *Environmental Friendly* dengan koefisien regresi sebesar 0,314 secara positif dan signifikan mempengaruhi *Repurchase Intention*, *Product Quality* dengan koefisien regresi sebesar 0,609 secara positif dan signifikan mempengaruhi *Repurchase Intention*, *Repurchase Intention* dengan koefisien regresi sebesar 0,881 secara positif dan signifikan mempengaruhi *Actual Repurchase Behavior*,

Kata Kunci: *Health, Safety, Environmental Friendly, Product Quality, Repurchase Intention,* dan *Actual Repurchase Behavior*

ABSTRACT

Yogurt is a dairy product that is through the fermentation process of lactic acid bacteria, *lactobacillus bulgaricus* and *streptococcus thermophilus*. The advantages of yogurt from other dairy products are more amount of protein. The amount of yogurt protein is higher than milk due to the addition of yogurt protein from the synthesis of microbes and the protein content of these microbes. Yogurt is very useful for human health, because yogurt maintains stomach acid balance and suppresses the growth of pathogenic bacteria in the intestine.

This study aims to determine how the effects of Health, Safety, Environmental Friendly, Product Quality on Actual Repurchase Behavior through Repurchase Intention. The expected benefit of this research is to add to the repertoire of knowledge in the field of management, especially how much influence six variables have so as to increase the Actual Repurchase Behavior which in turn will result in a repeat purchase of Cimory products in Surabaya.

This research is a causal study. The research method used is a quantitative method by processing data using AMOS. Data collection was done by distributing questionnaires to 100 respondents with the characteristics of male respondents and women aged 18-60 years, who had bought Cimory products in one time in the last two months.

The results showed that Health with a regression coefficient of 0.236 positively and significantly affected Repurchase Intention, Safety with a regression coefficient of 0.469 positively and significantly affected Repurchase Intention, Environmental Friendly with a regression coefficient of 0.314 positively and significantly affected Repurchase Intention, Product Quality with coefficients regression of 0.609 positively and significantly affects Repurchase Intention, Repurchase Intention with a regression coefficient of 0.881 positively and significantly affects the Actual Repurchase Behavior.

Key Words: *Health*, *Safety*, *Environmental Friendly*, *Product Quality*, *Repurchase Intention*, dan *Actual Repurchase Behavior*