

“DAMPAK MEDIA SOCIAL DALAM PERUBAHAN PEMIKIRAN KONSUMEN UNTUK MENONTON EXTENDED FILM KKN DESA PENARI”

Nama : Ma'rifatul Ulya
NIM : 1011910048
Pembimbing : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai proses yang dilalui konsumen dalam menonton Extended Film KKN Desa penari. Metode penelitian ini menggunakan Kualitatif Deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 5 informan di Gresik yang masuk dalam kriteria yaitu pernah menonton film KKN Desa Penari Versi Ucut dan memiliki antusias dalam menonton film tersebut. Dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Teori *Repurchase Intention* oleh Lin, Chen, & Zhang (2022) yang menjabarkan proses yang dilalui konsumen mulai dari *Social Media Influence (Viral Marketing, Electronic Word of Mouth)*, *Customer Experience (Penundaan Penayangan Film)*, *Perceived Value of Customer (Ketertarikan Kisah Horor)*, *Customer Satisfaction (Kepuasan Hasil Penayangan Adegan dalam Film)* hingga *Repurchase Intention (Menonton Extended KKN Desa Penari)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosia memiliki dampak yang besar pada konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Kata kunci: *Repurchase Intention*, Social Media, Extended KKN Desa Penari

**“THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA IN CHANGING CONSUMER
THINKING TO WATCH THE EXTENDED FILM KKN DESA PENARI”**

Name : Ma'rifatul Ulya
Student Identity Number : 1011910048
Supervisor : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRACT

The purpose of this study is to rate the process that consumers think to watch the Extended Film KKN Desa Penari. This research method uses descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. This study used a sample of 5 informants in Gresik who met the criteria, having watched the Ucut Version of the KKN Desa Penari film and having enthusiasm in watching the film. The theoretical basis used in this study is the Repurchase Intention Theory Model by Lin, Chen, & Zhang (2022) which describes the process that consumers go through starting from Social Media Influence (Viral Marketing, Electronic Word of Mouth), Customer Experience (Movie Show Delays), Perceived Value of Customer (Horror Story Interest), Customer Satisfaction (Satisfaction Results of Showing Scenes in the Movie) to Repurchase Intention (Watching Extended KKN Desa Penari) The results of this study indicate that social media has a large impact on consumers to make repeat purchases.

Keywords: *Repurchase Intention, Social Media, Extended Film KKN Desa Penari*