

ABSTRAK

Pertumbuhan pasar industri air minum dalam kemasan (AMDK) di Indonesia pasca pandemi Covid-19 menjadi peluang besar bagi setiap produsen AMDK di Indonesia. Hal ini didukung data terkait peningkatan kebutuhan AMKD yang meningkat 10% dibandingkan tahun sebelumnya. Namun AQUA sebagai industri AMDK malah mengalami penurunan penjualan dan *Brand Index* di tahun 2023 yang diperkirakan karena adanya seruan boikot produk AQUA dan berita terkait kandungan BPA pada produk tersebut.

Pencarian dan pertukaran informasi di internet yang sering disebut dengan *Electronic Word of Mouth* (EWOM) yang berkembang pesat di Indonesia, menjadikan dua fenomena tersebut cepat berkembang dan diperkirakan mempengaruhi penjualan dari AQUA. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Product Quality* dan *Brand Hate* terhadap *Non-Repurchase Intention* yang dimediasi oleh *online complaining* dan N-EWOM pada industri AMDK di Indonesia khususnya produk AQUA.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis kausal dan deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 465 responden yang dianalisis menggunakan alat analisis data *Structural Equation Model* (SEM) dengan software statistik SmartPLS 3.2.9.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan dari *Brand Hate* terhadap *Non-Repurchase Intention* serta hubungan negatif dan signifikan *Product Quality* terhadap *Non-Repurchase Intention* yang dimediasi oleh *online complaining* dan N-EWOM pada produk AQUA. Model dalam penelitian ini mampu memprediksi *Non-Repurchase Intention* konsumen AQUA sebesar 45,8% yang termasuk kategori lemah.

Dari hasil penelitian tersebut Danone AQUA dapat : (1) melakukan penghentian aktifitas yang menyimpang dari ideologi masyarakat di Indonesia (2) membangun Brand Image yang baik (3) menanggapi dan memperbaiki kualitas produk AQUA sesuai keluhan konsumen di media sosial.

Kata Kunci : *Brand hate, N-EWOM, Non-Repurchase Intention, Online Complaining, Product Quality*