

## **ABSTRACT**

*This study aims to find out and analyze the effect of Risk Reducing Strategies on Purchase Likelihood through mediation by Risk Perception of instant noodles in Surabaya*

*This study used Structural Equation Modeling (SEM) with LISREL software version 8.7. Sampling technique used in this study is a non-probability sampling technique with the type of quota sampling. This study used survey to collect data by directly asking respondents through questionnaires. Sample of this study consisted of one hundred and ten (110) instant noodle eaters in Surabaya.*

*This study reveals negative effect of Risk Reducing Strategies 'price discount' on Risk Perception and Risk Perception on Purchase Likelihood of instant noodle in Surabaya. Risk Reducing Strategies 'brand', 'quality assurance', 'information', dan 'post purchase control' had not significant effect on Risk Perception.*

*Keywords: Risk Reducing Strategies, Risk Perception, Purchase Likelihood*

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Risk Reducing Strategies* terhadap *Purchase Likelihood* melalui mediasi oleh *Risk Perception* mi instan di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan software LISREL versi 8.7. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* dengan jenis *quota sampling*. Penelitian ini menggunakan survei dengan mengumpulkan data dengan menanyakan langsung kepada responden melalui kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 110 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh negatif *Risk Reducing Strategies* 'price discount' terhadap *Risk Perception* dan *Risk Perception* terhadap *Purchase Likelihood* mi instan di Surabaya. *Risk Reducing Strategies* 'brand', 'quality assurance', 'information', dan 'post purchase control' tidak berpengaruh signifikan terhadap *Risk Perception*.

Kata kunci: *Risk Reducing Strategies*, *Risk Perception*, *Purchase Likelihood*