

**PENGARUH *BRAND TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
PADA MIXUE DUKUH KUPANG SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**JEDDY KURNIAWAN**  
**NPM: 19420110**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jeddy Kurniawan  
NPM : 19420110  
Alamat : Jl. Dr. Samratulangi gg. Buntu no.8  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Brand Trust terhadap Repurchase Intention pada Mixue Dukuh Kupang Surabaya”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 23 Februari 2023  
Yang membuat pernyataan

A 10,000 Rupiah Indonesian banknote is shown with a signature written over it. The signature is in black ink and appears to be 'Jeddy Kurniawan'. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the serial number 'F4AKX333E/2263'.

Jeddy Kurniawan  
19420110

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
PADA MIXUE DUKUH KUPANG SURABAYA**

Diajukan Oleh :

**JEDDY KURNIAWAN**

NPM : 19420110

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

**DOSEN PEMBIMBING**



**Drs. Ec. GIMANTO GUNAWAN, MM., M.Ak** Tanggal, 29 Desember 2022

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si.**

Tanggal, 13 Januari 2023

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
PADA MIXUE DUKUH KUPANG SURABAYA**

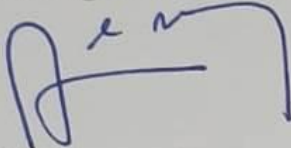
**Diajukan Oleh :**

**JEDDY KURNIAWAN**

NPM : 19420110

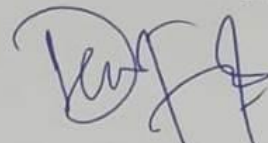
Susunan Dewan Penguji

**Pembimbing Utama / Sekretaris**



**Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak**

**Ketua Dewan Penguji**



**Dewi Nuraini, SE., M.SM**

**Anggota Dewan Penguji**



**Djojo Dihadjo, SE., MM., M.Ak**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Surabaya, 26 Januari 2023



**Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.**

**Ketua Program Studi**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan rahmatnya yang senantiasa dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Brand Trust terhadap Repurchase Intention pada Mixue Dukuh Kupang Surabaya” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala kelebihan dan kekurangan penulis miliki, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh bimbingan, dukungan serta bantuan secara moral maupun spiritual. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL(K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan saran, dan arahan kepada penulis, sehingga membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Dr. Kristiningsih, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu kelancaran proses akademik hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

5. Drs. Ismangil, Ak. MM, M.Ak,CA selaku Dosen Wali yang telah memberikan dukungan pengarahan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu segala hal dalam proses perkuliahan.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
8. Kedua orang tua yaitu, Ayah, Ibu dan adik saya yang telah memberikan dukungan kasih sayang dan doa selama proses pembuatan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Surabaya, Januari 2023

Jeddy Kurniawan  
19420110

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAKSI .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Pemasaran .....	8
2.1.2 <i>Brand</i> (Merek) .....	10
2.1.3 <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek) .....	12
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Trust</i> .....	12
2.1.3.2 Dimensi <i>Brand Trust</i> .....	13
2.1.4 Perilaku Konsumen .....	15
2.1.5 <i>Repurchase Intention</i> .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Hipotesis dan Model Analisis .....	21
2.3.1 Hipotesis Penelitian .....	21
2.3.2 Model Analisis.....	21

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Pendekatan Penelitian .....	23
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian .....	23
3.2.1 Populasi Penelitian.....	23
3.2.2 Sampel Penelitian .....	24
3.3 Identifikasi Variabel.....	24
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.5 Jenis Dan Sumber Data .....	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	27

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	31
4.2 Deskripsi hasil penelitian .....	33
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	33
4.2.2 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian .....	35
a. Deskripsi Mengenai Variabel <i>Brand Reliability</i> (X <sub>1</sub> ).....	36
b. Deskripsi Mengenai Variabel <i>Brand Intentions</i> (X <sub>2</sub> ) .....	36
c. Deskripsi Mengenai Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y) .....	37
4.3 Hasil Analisis Data.....	38
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas .....	38
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	39
4.3.3 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda .....	40
4.3.3.1 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Linier Berganda .....	40
4.3.3.2 Koefisien Determinasi Berganda (R <sup>2</sup> ) .....	41
4.3.3.3 Hasil Uji Hipotesis 1 dan 2 (Uji t).....	42
4.3.3.4 Hasil Uji Hipotesis 3 (Uji Dominan).....	43
4.4 Pembahasan.....	44



**BAB V SIMPULAN, SARAN & KETERBATASAN PENELITIAN**

5.1 Simpulan .....	47
5.2 Saran.....	47
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	48

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1	Definisi Operasional .....	25
Tabel 4.1	Karakteristik Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2	Karakteristik Usia Responden .....	34
Tabel 4.3	Karakteristik Jenis Pekerjaan.....	34
Tabel 4.4	Kategori Mean Masing-masing Variabel.....	35
Tabel 4.5	Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Brand Reliability</i> ( $X_1$ )	36
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Brand Intentions</i> ( $X_2$ )	36
Tabel 4.7	Jawaban Responden Mengenai Variabel repurchase intention (Y)	37
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas .....	38
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	39
Tabel 4.10	Hasil Hitung Koefisien Determinasi Berganda .....	41
Tabel 4.11	Hasil Analisis Uji t.....	42
Tabel 4.12	Hasil Analisis Uji Dominan.....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 2.2 Model Analisis.....	22

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Input SPSS
Lampiran 3	Output SPSS
Lampiran 4	Titik Persentase Distribusi t

## ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah menganalisa pengaruh kepercayaan merek terhadap niat beli ulang pada Mixue Dukung Kupang Surabaya. Analisa regresi linier berganda dipakai sebagai alat analisis pada penelitian ini. Sampel yang digunakan adalah 50 responden dengan purposive sampling yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Pengujian dimulai dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya melakukan uji dugaan sementara yaitu uji signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (uji t). Rumus regresi linier berganda berikut ini:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

- Y : Variabel tidak bebas *repurchase intention*
- a : Konstan
- X1 : Variabel bebas *brand reliability*
- X2 : Variabel bebas *brand intention*
- b1 : Koefisien regresi variabel *brand reliability*
- b2 : Koefisien regresi variabel *brand intention*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis 1 (uji-t) yaitu *brand reliability* (X1) mempunyai pengaruh yang relevan terhadap niat beli ulang (Y) dan dengan tingkat signifikan setara  $0,005 < 0,05$ . Begitu juga dengan uji hipotesis 2 (Uji-t) bahwa Brand Intent (X2) berpengaruh signifikan terhadap Repurchase Intent (Y) memiliki tingkat signifikan setara dengan angka  $0,039 < 0,05$ . Selain itu, diperoleh hasil uji hipotesis 3 (uji dominasi) diperoleh koefisien beta kepercayaan merek (X1) sejumlah angka yaitu 0,401 dan niat merek (X2) senilai 0,292, demikian kepercayaan merek (X1) merupakan variabel yang paling dominan di penelitian ini. Selanjutnya untuk menguji koefisien determinansi (R<sup>2</sup>) diraih hasil angka senilai 0,374 dan menampilkan bahwa dua variabel independen yang terdiri atas kepercayaan merek (X1) dan niat merek (X2) memberikan kontribusi atau pengaruh 37% terhadap niat beli ulang (Y).

Kata kunci: *brand reliability, brand intention, repurchase intent*

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the effect of brand trust on repurchase intentions at Mixue Dukuh Kupang Surabaya. Multiple linear regression analysis is used as an analytical tool in this study. The sample used was 50 respondents with purposive sampling based on certain considerations. Testing begins with testing the validity and reliability. Then do a hypothesis test through the t test, F test, and test the coefficient of determination. The formula for multiple linear regression analysis is as follows:*

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

*Information:*

*Y : Variable not free of repurchase intention*

*a : Constant*

*X1 and X2: Independent variables of brand reliability and brand intention*

*b1 and b2 : Regression coefficient of brand reliability and brand intention variables*

*The results showed that hypothesis 1 (t-test), namely brand reliability (X1) has a significant number for repurchase intention (Y) and a significance level of  $0.005 < 0.05$ . Likewise with hypothesis testing 2 (t-test) that Brand Intent (X2) has a significant effect on Repurchase Intent (Y) with a significance level of  $0.039 < 0.05$ . In addition, the results of testing hypothesis 3 (dominance test) obtained a beta coefficient of brand trust (X1) of 0.401 and brand intention (X2) of 0.292, so that brand trust (X1) was the most dominant variable in this study. Furthermore, to test the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) a result of 0.374 was obtained which indicated that the two independent variables consisting of brand trust (X1) and brand intention (X2) contributed or influenced 37% to repurchase intention (Y).*

*Keywords: Brand reliability, brand intention, repurchase intention*