

**Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Satisfaction*, Dan  
*Brand Commitment* Terhadap *Repurchase Intention*  
(Studi Pada Perusahaan Travel PT. Kencana Jaya  
Transindo)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh.

**BRILLYANT TIOULDA**

NIM. 151110001620

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA  
JEPARA  
2019

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH BRAND TRUST, BRAND SATISFACTION, DAN BRAND  
COMMITMENT TERHADAP REPURCHASE INTENTION (STUDI  
PADA PERUSAHAAN TRAVEL PT. KENCANA JAYA TRANSINDO)**

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan dihadapan  
tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Brilliyant Tioulida  
NIM : 151110001620  
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing

Pembimbing  
22/10  
3  
(Rening Kartayana, S.P., M.M.)

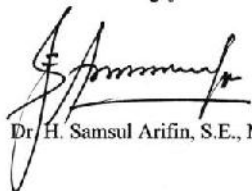
HALAMAN PENGESAHAN

**Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Satisfaction*, Dan *Brand Commitment* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Pada Perusahaan Travel PT. Kencana Jaya Transindo)**

Nama Penyusun : Brillyant Tioulida  
NIM : 151110001620  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.  
Pada hari...*Sabtu*..., tanggal...*29*...*Maret*... 2019

Penguji I


  
Dr. H. Samsul Arifin, S.E., M.M.

Penguji II

  
Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.

Mengesahkan

Ketua  
Program Studi Manajemen

  
(A. Khoirul Anam, S.E., M.Si.)  
NID. 1 800421 06 041

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program S-1 jurusan Manajemen merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata I (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan normal, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi berjudul: "Pengaruh Brand Trust, Brand Satisfaction, Dan Brand Commitment Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Perusahaan Travel PT. Kencana Jaya Transindo)".
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya akhir ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu Bening Kristyassari, S.E., M.M.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima PENCABUTAN GELAR AKADEMIK yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 22/3/2019



Brillyant Tioulde  
151110001620

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“ Lakukan kebaikan sekecil apapun. Karena engkau tidak pernah tahu kebaikan yang mana yang akan membawamu ke surga”

(IMAM HASAN AL BASRI)

Man jadda wa jadda

“Dan bahwa seseorang manusia tidak akan memperoleh sesuatu selain apa yang telah diusahakannya sendiri”

(AN – NAJM 53:39)

### **PERSEMBAHAN**

Syukur Alhamdulillah ku ucapkan pada Allah SWT , karena dengan kemudahan yang Allah berikan saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasihku kepada :

Suamiku yang selalu memberikan seluruh supportnya untukku

Anakku “Khayla Sabriena Rizky” yang selalu menjadi anak baik

Mamah dan Bapak yang doanya senantiasa tercurah untukku

Mbak dan saudara kembarku

Teman – teman ME 2015

Dosen pemasaran Bu Bening sebagai pembimbing yang luar biasa, Pak Rifqy, Bu

Nurul, Pak Samsul yang selalu membimbing dari awal sampai akhir

Dosen FEB yang sudah membantu kelancaran dalam menyusun skripsi ini

Almamaterku tercinta Universitas Islam Nadhlatul Ulama

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Brand Trust, Brand Satisfaction, Dan Brand Commitment Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Perusahaan Travel PT. Kencana Jaya Transindo). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Repurchase Intention* (Y), sedangkan variabel independen meliputi *Brand Trust* ( $X_1$ ), *Brand Satisfaction* ( $X_2$ ), dan *Brand Commitment* ( $X_3$ ).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang Kencana Travel dengan syarat pernah melakukan perjalanan minimal sebanyak 2 kali yang jumlahnya tidak terbatas. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* atau disebut dengan sampel kebetulan yaitu siapa saja yang berada pada objek tersebut. dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda menggunakan program pengolah data SPSS 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand trust*, *brand satisfaction*, dan *brand commitment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* di Kencana Travel Jepara. Sedangkan secara simultan brand trust, brand satisfaction, dan brand commitment berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* di Kencana Travel Jepara. Nilai Koefisien determinasi adalah sebesar 0,490. Hal tersebut menunjukkan bahwa 49% faktor yang mempengaruhi *repurchase intention* dapat dijelaskan oleh brand trust, brand satisfaction, brand commitment. Sedangkan pada sisanya yaitu sebesar 51% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci: *Brand Trust*, *Brand Satisfaction*, *Brand Commitment*, *Repurchase Intention*.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Satisfaction*, Dan *Brand Commitment* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Pada Perusahaan Travel PT. Kencana Jaya Transindo)”. Sholawat serta salam selalu tucurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan orang-orang yang selalu meniti dijalanannya dan mendapatkan syafa'atnya di yaumul akhir nanti.

Penelitian skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar S1 Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara Program Studi Manajemen. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Much. Imron, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara.
2. Bapak A. Khoirul Anam, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara.
3. Ibu Bening Kristyassari, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan serta arahan selama penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

4. Suami dan Anakku yang selalu memberikan support yang luar biasa untuk penulis menyelesaikan kuliah dari awal hingga akhir.
5. Mamah dan Bapak yang telah memberikan doa restu serta kasih sayang.
6. Saudara-saudaraku, serta teman – teman dari Manajemen Pemasaran, yang memberikan semangat dan bantuan dalam segala hal
7. Bapak dan Ibu Dosen atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani studi di UNISNU Jepara.
8. Staff dan seluruh karyawan yang bertugas di UNISNU Jepara yang telah membantu dalam melancarkan terselesainya skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari keterbatasan dalam penelitian skripsi ini, meskipun telah semua pengetahuan, perhatian dan tenaga tercurahkan demi penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih bagi semua pihak yang telah memberikan saran serta kritik yang sifatnya membangun kesempurnaan penelitian skripsi ini.

Demikian kata pengantar ini dibuat, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat serta tambahan wawasan bagi penulis sendiri khususnya dan rekan-rekan pembaca pada umumnya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jepara,

Penulis

Brillyant Tioulida



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	II
ABSTRAKSI .....	V
KATA PENGANTAR .....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR .....	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1    Latar Belakang Masalah .....	1
I.2    Ruang Lingkup .....	9
I.3    Masalah Penelitian.....	10
I.4    Pertanyaan Penelitian.....	10
I.5    Tujuan Penelitian .....	11
I.6    MANFAAT PENELITIAN .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1    Landasan Teori .....	13
2.1.1    Minat Pembelian Ulang ( <i>Repurchase Intention</i> ).....	13
2.1.2    Merek ( <i>Brand</i> ).....	14
2.1.3    Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ) .....	15
2.1.4    Kepuasan Merek ( <i>Brand Satisfaction</i> ) .....	18
2.1.5    Komitmen Merek ( <i>Brand Commitment</i> ) .....	19
2.2    PENELITIAN TERDAHULU.....	21
2.3    KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS .....	23
2.4    PERUMUSAN HIPOTESIS.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1    JENIS PENELITIAN.....	29
3.2    VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL.....	29
3.2.1    Variabel Dependen (Y) .....	29
3.2.2    Variabel Independen (X).....	30
3.3    DATA DAN SUMBER DATA .....	33

3.4	POPULASI DAN SAMPEL.....	33
3.5	METODE PENGUMPULAN DATA .....	34
3.6	METODE PENGOLAHAN DATA .....	35
3.7	TEKNIK ANALISIS DATA .....	36
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.2	Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	38
3.7.3	Uji Hipotesis .....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.2	Deskripsi Responden .....	44
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	45
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.3	Deskripsi Variabel .....	47
4.3.1	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> pada Kencana Travel.....	47
4.3.2	Pengaruh <i>Brand Satisfaction</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> pada Kencana Travel.....	49
4.3.3	Pengaruh <i>Brand Commitment</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> pada Kencana Travel.....	51
4.3.4	Pengukuran <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	52
4.4	Analisis Uji Asumsi Klasik .....	54
4.4.1	Uji Normalitas.....	54
4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	56
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
4.5.1	Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
4.5.2	Uji Validitas .....	60
4.5.3	Uji Reliabilitas .....	62
4.5.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	63
4.6	Analisis Uji Hipotesis .....	63
4.6.1	Uji F .....	63
4.6.2	Uji t .....	65
4.7	Pembahasan .....	68
4.7.1	Pengaruh Brand Trust Terhadap Repurchase Intention pada Kencana Travel	68

4.7.2	Pengaruh Brand Satisfaction Terhadap Repurchase Intention pada Kencana Travel .....	69
4.7.3	Pengaruh Brand Commitment Terhadap Repurchase Intention pada Kencana Travel .....	70
4.7.4	Pengaruh Brand Trust, Brand Satisfaction, dan Brand Commitment terhadap Repurchase Intention.....	70
BAB V PENUTUP.....		72
5.1	Kesimpulan .....	72
5.2	Saran .....	73
DAFTAR PUSTAKA .....		75
LAMPIRAN – LAMPIRAN .....		77

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
GAMBAR 2 Kurva Uji F.....	40
GAMBAR 3 Kurva Uji t.....	42
GAMBAR 4 Uji Normalitas.....	55
GAMBAR 5 Uji Heteroskedastisitas.....	58
GAMBAR 9 Kurva Uji F (Simultan).....	65
GAMBAR 6 Kurva tabel t ( Uji Hipotesis 2 arah ).....	66
GAMBAR 7 Kurva tabel t ( Uji Hipotesis 2 arah ).....	67
GAMBAR 8 Kurva tabel t ( Uji Hipotesis 2 arah ).....	68

## DAFTAR TABEL

TABEL 1 Data Perusahaan Travel di Jepara .....	8
TABEL 2 Penelitian Terdahulu .....	22
TABEL 3 Definisi Operasional Variabel.....	32
TABEL 4 Responden berdasarkan jenis kelamin .....	45
TABEL 5 Responden Berdasarkan Usia.....	46
TABEL 6 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
TABEL 7 Deskripsi Responden Terhadap Variabel <i>Brand Trust</i> .....	48
TABEL 8 Deskripsi Responden Terhadap Variabel <i>Brand Satisfaction</i> .....	50
TABEL 9 Deskripsi Responden Terhadap Variabel <i>Brand Commitment</i> .....	51
TABEL 10 Deskripsi Responden Terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i> .....	53
TABEL 11 Kolmogorov-Smirnov .....	56
TABEL 12 Uji Multikolinearitas .....	57
TABEL 13 Uji Regresi Berganda .....	59
TABEL 14 Uji Validitas .....	61
TABEL 15 Uji Reliabilitas.....	62
TABEL 16 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	63
TABEL 17 Uji F .....	64
TABEL 18 Uji t.....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	82
Lampiran 3 Deskripsi Responden .....	87
Lampiran 4 Deskripsi Variabel .....	91
Lampiran 5 Hasil Output SPSS.....	99
Lampiran 6 R Tabel .....	108
Lampiran 7 t tabel .....	110
Lampiran 8 F tabel .....	111