

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN
PRODUK PANJI HERBAL)**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

**Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**



OLEH

PUTU EKA KUSUMAYANI

NIM 1917041036

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2023

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

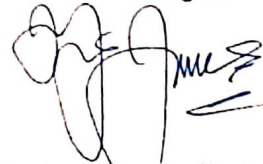
Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

Pembimbing II,



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA.
NIP. 198208312010121001

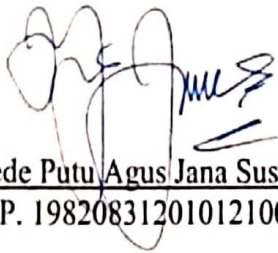
Skripsi oleh Putu Eka Kusumayani
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 20 Februari 2023

Dewan Penguji



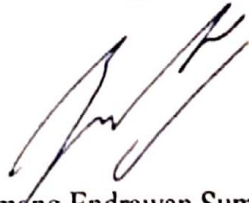
Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

(Ketua)



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA.
NIP. 198208312010121001

(Anggota)



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005

(Anggota)

Diterima oleh panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

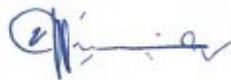
Pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 21 Februari 2023

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Widi Yumarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIP. 197906162002121002

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Repurchase Intention* (Studi Kasus pada Konsumen Produk Panji Herbal)” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pegutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 8 Februari 2023
Yang membuat pernyataan,



Putu Eka Kusumayani
NIM. 1917041036

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Repurchase Intention* (Studi Kasus pada Konsumen Produk Panji Herbal)”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang mendidik dan selalu memberi saran selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta seluruh staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan dengan perkuliahan.

9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta seluruh staf yang telah memberikan kemudahan dalam pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh konsumen produk Panji Herbal yang telah bersedia memberikan data kelengkapan penelitian dalam skripsi ini.
11. Kedua orang tua (Ketut Mangku dan Ni Ketut Sarini), saudara saya (Kadek Dwik Arya Hadinata Kusuma), serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Yang terkasih Putu Adi Sumariawan, sahabat, dan teman-teman yang selalu menemani, memotivasi, dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya penggiat usaha produk lokal agar dapat menentukan strategi yang tepat untuk dapat bersaing di pasar.

Singaraja, 8 Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
PRAKATA.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2.....	9
identifikasi Masalah Penelitian.....	
1.3.....	10
batasan Masalah.....	
1.4.....	10
rumusan Masalah Penelitian.....	
1.5.....	11
tujuan Penelitian.....	
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
2.1 <i>Repurchase Intention</i>	12
2.1.1 Pengertian <i>Repurchase Intention</i>	12
2.1.2 Dimensi <i>Repurchase Intention</i>	13
2.1.3 Indikator <i>Repurchase Intention</i>	13
2.2 <i>Brand Image</i>	14
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	14

2.2.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	15
2.2.3 Indikator <i>Brand Image</i>	16
2.3 <i>Brand Trust</i>	17
2.3.1 Pengertian <i>Brand Trust</i>	18
2.3.2 Dimensi <i>Brand Trust</i>	18
2.3.3 Indikator <i>Brand Trust</i>	18
2.4 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	19
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.5.1 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ..	24
2.5.2 Hubungan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> ...	25
2.5.3 Hubungan <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	26
2.6 Kerangka Berpikir.....	27
2.7 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.4 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	33
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	33
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian.....	36
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	39
3.8 Uji Hipotesis.....	40
3.8.1 Uji Simultan (Uji F).....	40
3.8.2 Uji Parsial (Uji t).....	41

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Data.....	42
4.2 Pengujian Asumsi.....	44
4.2.1 Pengujian Asumsi Klasik.....	44
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	47
4.5 Pengujian Hipotesis.....	47
4.5.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> Produk Panji Herbal.....	47
4.5.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> Produk Panji Herbal.....	48
4.5.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> Produk Panji Herbal.....	49
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
4.6.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> Produk Panji Herbal.....	49
4.6.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> Produk Panji Herbal.....	51
4.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> Produk Herbal.....	52
4.7 Keterbatasan Penelitian.....	54
4.8 Implikasi.....	54
 BAB V PENUTUP.....	 55
5.1 Rangkuman.....	55
5.2 Simpulan.....	57
5.3 Saran.....	59

DAFTAR RUJUKAN.....	61
LAMPIRAN.....	66



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Observasi Awal Variabel <i>Repurchase Intention</i>	4
Tabel 1.2 Observasi Awal Variabel <i>Brand Image</i>	6
Tabel 1.3 Observasi Awal Variabel <i>Brand trust</i>	7
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	20
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan (Lanjutan).....	21
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator, dan Skala Pengukuran...	31
Tabel 3.2 Variabel, Definisi Variabel, Indikator, dan Skala Pengukuran (Lanjutan).....	32
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner berdasarkan Volume Penjualan.....	43
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil <i>Output</i> SPSS Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji F <i>Output</i> ANOVA.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Penjualan Produk Herbal Tradisional di Kabupaten Buleleng Bulan Juni-Oktober 2022.....	2
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Panji Herbal).....	23



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Data Penjualan Produk Herbal Tradisional di Kabupaten Buleleng Bulan Juni-Oktober 2022.....	66
Lampiran 02. Data Penjualan Panji Herbal Bulan Juni-Oktober 2022.....	67
Lampiran 03. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel <i>Brand Image</i> , <i>Brand Trust</i> , dan <i>Repurchase Intention</i>	68
Lampiran 04. Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 05. Tabulasi Data Kuesioner Awal Variabel <i>Brand Image</i> (X_1) dan <i>Brand Trust</i> (X_2) terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Y)...	77
Lampiran 06. Deskripsi Data Responden (Gender dan Usia dan Volume Penjualan).....	78
Lampiran 07. Tabulasi Data Sampel Penelitian.....	79
Lampiran 08. Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Sampel Penelitian.....	81
Lampiran 09. Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik.....	87