

**PENGARUH *TRUST* DAN *BRAND IMAGE* PADA MINAT
PEMBELIAN ULANG DALAM BELANJA ONLINE
DI SHOPEE**



Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

ARDHIA AYUNiar PUTRI

B100150268

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:
**“PENGARUH *TRUST* DAN *BRAND IMAGE* PADA MINAT
PEMBELIAN ULANG DALAM BELANJA ONLINE
DI SHOPEE”**

Yang ditulis dan disusun oleh:

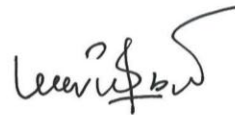
Ardhia Ayuniar Putri

B100150268

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 22 Agustus 2019

Pembimbing Utama



(Dra. Wuryaningsih Dwi Lestari, M.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ARDHIA AYUNiar PUTRI**
NIRM : **B 100 150 268**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH *TRUST* DAN *BRAND IMAGE*
PADA MINAT PEMBELIAN ULANG DALAM
BELANJA ONLINE DI SHOPEE**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 22 Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan,

ARDHIA AYUNiar PUTRI

MOTTO

“Tuntutlah Ilmu sampai ke Negeri China”

(Rasulullah S.A.W)

“Carilah ILMU dan HARTA supaya kamu bisa memimpin. Ilmu akan memudahkanmu memimpin orang-orang diatas, sedangkan harta akan memudahkanmu memimpin orang yang dibawah (masyarakat umum).”

(Ali Bin Abi Thalib)

“Selemah-lemahnya manusia adalah orang yang tak mau mencari sahabat dan orang yang lebih lemah adalah orang yang mensia-siakan sahabat yang telah dicari.”

(Ali Bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Dengan Menyebut Nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi
Maha Penyayang

Karya ini dipersembahkan sebagai rasa syukur, sayang, hormat cinta
dan baktiku serta tanggung jawabku selama ini kepada:

Allah SWT, Yang Maha Esa dan Maha Memberi.

Dengan segala kuasa-Nya telah memudahkan segala jalanku
sehingga proses pembuatan karya ini dapat selesai.

Bapak dan Ibu serta keluarga tercinta dengan segala hormat dan
baktiku, terimakasih atas kasih sayang, bimbingan, keikhlasan, dan
rangkaian do'amu yang tiada pernah putus dan semua yang telah
engkau berikan kepadaku, semoga kudapat persembahkan sesuatu
yang lebih berarti suatu saat nanti dan bisa membuat kalian
bangga terhadap anakmu ini.

Almamater FEB UMS tercinta, tempat dimana memberikanku
banyak pengetahuan dan mendapatkan banyak sahabat, teman
yang akan selalu mendukung dan melengkapi hari-hariku.

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui variabel *brand image* dan *trust* memiliki pengaruh terhadap minat pembelian ulang. Populasi penelitian ini pada semua kalangan yang pernah melakukan pembelian di Shopee sebanyak 115 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan *purposive sampling*.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan *trust* memiliki pengaruh terhadap minat pembelian ulang.

Kata Kunci: *Brand Image, Trust* dan Minat Pembelian Ulang.

ABSTRACTION

This research has a purpose to know Brand image variable and Trust have influence to Repurchase Intention. The population of this all circles who had made purchases at shopee. The sample used amounted of 115 respondents. The method of selecting non probability sampling with purpose sampling.

The analysis method used is multiple linear regression analysis. The result show that brand image and trust have an influence on repurchase intention.

Keyword: *Brand Image, Trust* and Repurchase Intention.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Trust* dan *Brand Image* Pada Minat Pembelian Ulang dalam Belanja Online di Shopee.”**

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Ahmad Mardalis, S.E., MBA, Dr. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam studi penulis.

5. Ibu Dra. Wuryaningsih Dwi Lestari, M.M. selaku pembimbing utama yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan dorongan selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Bapak Slamet Pujiyanto, Ibuku Sri Wahyuni,serta Adikku Andhina tercinta yang selalu memberikan kasih sayangnya dan yang tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan studi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
8. Saya ucapkan terima kasih kepada Ahmad Aziz Zuhairi, atas semangat, perhatian, pengertian, motivasi serta dukungan dengan yang telah diberikan demi tercapainya cita-citaku.
9. Sahabat-sahabatku sejak Sma Adelia, Florista, Dewa yang selalu memberikan semangat, masukan serta dorongan untuk selalu mengerjakan skripsi ini agar cepat selesai mencapai program strata I.
10. Sahabat-sahabat dikampusku Nana, Desty, Fera, Sella, Nela, dan Defi.
11. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu-persatu oleh penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya baik secara materi, bahasa, atau

penyusunannya maka penulis mengharap adanya kritik maupun saran dari pembaca yang bersifat membangun demi peningkatan pengetahuan penulis.

Akhir kata penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan semua pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surakarta, 22 Agustus 2019

Penulis

ARDHIA AYUNIAR PUTRI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACTION.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Rumusan Masalah.....	6
C.Tujuan Penelitian	6
D.Manfaat Penelitian.....	6
E.Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A.Landasan Teori	9
1.Brand Image	9
2.Trust.....	10
3.Minat Pembelian Ulang.....	14
B.Penelitian Terdahulu	15
C.Pengembangan Hipotesis.....	19
D.Kerangka Konsep	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A.Desain Penelitian	23
B.Objek Penelitian.....	23
C.Jenis Data dan Sumber Data	23

	D. Metode Pengumpulan Data	24
	E. Definisi Operasional Variabel.....	24
	F. Uji Instrumen Penelitian.....	25
	1. Uji Validitas.....	25
	2. Uji Reliabilitas.....	26
	G. Metode Analisis Data	26
	1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	26
	2. Uji Ketepatan Model	27
	3. Uji Hipotesis.....	27
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	29
	A. Deskripsi Responden.....	29
	B. Uji Instrumen Penelitian	35
	1. Uji Validitas	35
	2. Uji Reliabilitas.....	38
	C. Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
	D. Uji Ketepatan Model	41
	E. Uji Hipotesis	42
	F. Pembahasan.....	43
BAB V	PENUTUP.....	46
	A. Kesimpulan.....	46
	B. Keterbatasan Penelitian.....	46
	C. Saran	47
	DAFTAR PUSTAKA	48
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	30
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	31
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	33
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Transaksi	34
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi	35
Tabel 4.8 Korelasi Item Pertanyaan Terhadap Variabel Brand Image	36
Tabel 4.9 Korelasi Item Pertanyaan Terhadap Variabel Trust.....	37
Tabel 4.10 Korelasi Item Pertanyaan Terhadap Variabel Minat Beli	38
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.12 Regresi Linier Berganda	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Pengguna Internet Terbesar di Dunia pada 2018	2
Gambar 1.2 Hasil Survey Databoks.co.id	4
Gambar 2.1 Kerangka Konsep	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 3. Olah Data IBM SPSS Statistic Ver.21