

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE*, DAN *TRUST*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION***

(Studi pada Pengguna Kartu Seluler Telkomsel Di Surakarta)



**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat  
Guna Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen  
Pada Fakultas Ekonomi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Di Susun Oleh :**

**DICKY MA'RUF SAPUTRA**  
**B100160319**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca proposal skripsi dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE*, DAN *TRUST*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (Studi pada Pengguna  
Kartu Seluler Telkomsel Di Surakarta).**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**DICKY MA'RUF SAPUTRA**

**B 100 160 319**

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 25 April 2020

Pembimbing Utama



**(Soepatini, SE., M.Si., Ph.D)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



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



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **DICKY MA'RUF SAPUTRA**

NIM : **B 100 160 319**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND IMAGE, PRICE, DAN TRUST*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* (Studi pada  
Pengguna Kartu Seluler Di Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang 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 Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 25 April 2020

Yang membuat pernyataan,

**DICKY MA'RUF SAPUTRA**

## **MOTTO**

**“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”.**

**(Q.S. Al-Baqarah: 286)**

**“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”.**

**(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)**

**“Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong)”.**

**(H.R Muslim)**

**“Jangan mencintai seseorang yang tidak mencintai Allah. Kalau ia bisa meninggalkan Allah, ia juga bisa meninggalkanmu”.**

**(Imam Syafi’i)**

**“Bersyukurlah dengan semua keadaan yang kamu alami”**

**(Dicky Ma’ruf Saputra)**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya ini teruntuk:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Suri tauladan nabi Muhammad SAW, semoga sholawat serta salam selalu tercurah kepada beliau, keluarga dan para sahabatnya.
3. Ibu dan ayah tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, serta doa yang tiada henti.
4. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan keceriaan dalam setiap perjuanganku.
5. Teman-teman seperjuangan, serta semua sahabat dan teman-teman dekat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
6. Almamater UMS tercinta.

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *price*, dan *trust* terhadap *repurchase intention* (studi pada pengguna kartu seluler telkomsel di Surakarta). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan teknik pengambilan data penelitian melalui kuesioner dengan skala likert. Penelitian ini menggunakan 100 responden dengan teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention* karena diperoleh nilai dari  $t_{hitung} 3,377 > t_{tabel} 1,985$  (2) *price* berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention* karena diperoleh nilai dari  $t_{hitung} 3,204 > t_{tabel} 1,985$  (3) *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *repurchase intention* karena diperoleh nilai dari  $t_{hitung} 2,387 > t_{tabel} 1,985$ .

Kata Kunci: *Brand Image, Price, Trust, Repurchase Intention*.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of brand image, price, and trust on repurchase intention (a study of telkomsel cellular card users in Surakarta. This type of research is quantitative research that uses research data collection techniques through questionnaires with a likert scale. This study uses 100 respondents with The sampling technique used was purposive sampling method. The data analysis method used was multiple linear regression analysis with the t test and f test. The results showed that (1) brand image had a significant positive effect on repurchase intention because it obtained values from  $t_{count} 3.377 > t_{table} 1.985$  (2) price significant positive effect on repurchase intention because the value of  $t_{count} 3.204 > t_{table} 1.985$  (3) trust has a significant positive effect on repurchase intention because the value of  $t_{count} 2.338 > t_{table} 1.985$ .*

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

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan anugerah-Nya. Tak lupa sholawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, *Price*, dan *Trust* terhadap *Repurchase Intention* (Studi pada Pengguna Kartu Seluler Telkomsel Di Surakarta)”. Skripsi ini ditulis guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada program studi manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Soepatini, SE, M.Si, Ph.D. Selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi.



5. Ibu Ir. Irmawati, SE, M.Si beserta Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D. selaku penguji skripsi yang telah memberikan arahan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Basworo Dibyo, SE, M.Si selaku pembimbing akademis yang telah memberikan dorongannya dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang telah membekali penulis ilmu pengetahuan selama menempuh bangku perkuliahan, serta tak lupa seluruh karyawan dan staff Tata Usaha yang telah memberikan kelancaran dalam urusan administrasi.
8. Ibu dan Bapak yang selalu memberikan semangat serta doa yang tiada henti.
9. Seluruh pihak keluarga, saudara dan kerabat yang turut serta memberikan dukungan dan doanya kepada penulis.
10. Teman-teman seperjuanganku Yogi, Imawati, Suryo, Sastro, Adel, Bambang, Bayu, Adib, Ainun, Lisa, Muti, Yolanda, terima kasih atas segala bantuan dan semangatnya dalam perjuangan menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman kelas H program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2016.
12. Teman-teman penulis dari seluruh program studi di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang sudah membantu dan memberikan warna yang baik selama penulis berkuliah di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

13. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki banyak arti dalam kehidupan penulis, terima kasih banyak atas semua yang telah diberikan. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermamfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Amin ya Rabbal alamin.

Surakarta, 25 April 2020

Penulis

Dicky Ma'ruf Saputra

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB II TINJUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teori .....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	18

C. Pengembangan Hipotesis.....	21
D. Kerangka Konseptual Penelitian .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	24
C. Populasi, Sampel, dan Metode Pengambilan Sampel .....	26
D. Data dan Sumber Data.....	29
E. Metode Pengumpulan Data .....	29
F. Pengukuran Variabel.....	29
G. Metode Analisis Data .....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Sejarah Singkat.....	35
B. Deskripsi Responden .....	36
C. Respon Responden Terhadap Variabel .....	39
D. Hasil Analisis .....	42
E. Pembahasan .....	54
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	58
B. Keterbatasan Penelitian .....	59
C. Saran.....	59
Daftar Pustaka	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI) Kartu GSM Prabayar di Indonesia Tahun 2017 - 2019 .....	2
Tabel 4.1 Hasil Karakteristik Usia .....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Tingkat Pekerjaan Responden.....	37
Tabel 4.4 Karakteristik Pendapatan Responden.....	38
Tabel 4.5 Hasil yang Sering Membeli Pulsa.....	38
Tabel 4.6 Karakteristik Pembelian Paket Data Responden.....	39
Tabel 4.7 Respon Responden Terhadap Brand Image Pengguna Kartu Seluler Telkomsel .....	39
Tabel 4.8 Respon Responden Terhadap Price Pengguna Kartu Seluler Telkomsel .....	40
Tabel 4.9 Respon Responden Terhadap Trust Pengguna Kartu Seluler Telkomsel .....	41
Tabel 4.10 Respon Responden Terhadap Repurchase Intention Pengguna Kartu Seluler Telkomsel.....	41
Tabel 4.11 Rangkuman Uji Validitas.....	43
Tabel 4.12 Hasil Reliabilitas .....	44
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Normalitas .....	45
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	46
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	49
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler dan Keller .....	8
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	23

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Deskripsi Responden

Lampiran 3. Hasil Olah data

Lampiran 4. Tabulasi Data