

**PENGARUH NILAI YANG DIRASA, KEPERCAYAAN, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
KEMBALI BATIK KERIS DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



Oleh :

**WINDI MEGA FENITA**  
**2012210299**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
S U R A B A Y A  
2016**

**PENGARUH NILAI YANG DIRASA, KEPERCAYAAN, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
KEMBALI BATIK KERIS DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



Oleh :

**WINDI MEGA FENITA**  
**2012210299**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
S U R A B A Y A  
2016**

**PENGARUH NILAI YANG DIRASA, KEPERCAYAAN, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
KEMBALI BATIK KERIS DI SURABAYA**

Diajukan Oleh :

**WINDI MEGA FENITA**

**NIM : 2012210299**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal: 17 Oktober 2016

  
**(Dr. Drs. SONI HARSONO, M.Si)**

SKRIPSI

Pengaruh Nilai Yang Dirasa, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Kembali Batik Keris di Surabaya

Disusun oleh

WINDI MEGA FENITA

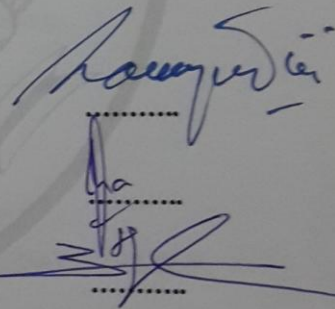
NIM: 2012210299

Dipertahankan didepan Tim Penguji  
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
Pada tanggal 3 September 2016  
Tim Penguji

Ketua : Drs. Ec. HARRY WIDYANTORO, M.Si.

Sekretaris : Dr. Drs. SONI HARSONO, M.Si.

Anggota : Dr. RONNY, S.Kom.,M.Kom.,MH.



.....  
.....  
.....


## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Windi Mega Fenita  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 30 Mei 1994  
N.I.M : 2012210299  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
J u d u l : Pengaruh Nilai Yang Dirasa, Kepercayaan, dan  
Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian  
Kembali Batik Keris Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen

Tanggal : .....17/10/2016.....



Dr. Muazaroh, S.E., M.T.

Dosen Pembimbing,

Tanggal : .....17/10/2016.....



Dr. Drs. SOM HARSONO, M.Si.

# MOTTO

*“Bermimpilah setinggi langit, dan kejarlah mimpi-mimpi anda sampai ujung dunia, karena tidak ada yang menghalangi dan membatasi anda kecuali diri anda sendiri. Percayalah pada hati anda, dan dia akan menuntun anda menuju mimpi-mimpi anda.”*

## PERSEMBAHAN

*Terimakasih untuk Tuhan Yang Maha Esa selalu memberkati saya dalam mengerjakan skripsi ini hingga dapat menyelesaikan gelar S1 ini. Terimakasih banyak untuk semua yang telah memberi support secara langsung maupun secara tidak langsung terutama buat semua teman-teman di perbanas.*

### *Special thank's to:*

1. Windi sangat berterima kasih sama Papa, Mama, Adek dan seluruh keluarga besar windi atas dukungannya sampai windi bisa lulus 4 tahun ini. Papa dan Mama selalu memberikan yang terbaik untuk windi dalam hal berpendidikan supaya bisa menjadi orang yang sukses. Semoga setelah ini, Windi bisa menjadi orang yang sukses dan bisa membahagiakan Papa dan Mama. Amiiiiin.
2. Big thank's buat sahabat barbie si regita dan seluruh teman-teman manajemen lainnya. Dan makasih juga buat anak-anak KORDES (Karen,

Mia, Catur, Oki, Anas, Ucen, Nuv, Irfan dan masih banyak lagi) yang walaupun aku bisa dekat dengan kalian karena semenjak skripsi aja dan selalu memberi dukungan dikala windi lagi down bangeeet karena masalah percintaan yang sebenarnya lagi butuh-butuhnya semangat, tapi berkat ada kalian aku bisa semangat ngerjain skripsinya sampai bisa selesai. Makasiiii loh GAEEEEES :)

3. Big thank's lagi buat kakak-kakak senior 2011 yang mendukung skripsi saya secara langsung maupun tidak langsung seperti kirim-kirim skripsinya by email (Mba Ajeng, Kak Erwin, Kak Sugik, Kak Soleh, Kak Ical, Kak Chunafak, Kak Bom-Bom) semoga sukses semua yaa. Dan terutama KAK ALDY ATENK (ALDY GANTENK, katanyaa) yang sudah bantuin windi ngerjain bab 4, suwon sing katah mas.
4. Terimakasih juga buat UNYIL dan TIUS sudah mendukung skripsi windi dan sempet diajakin mendaki gunung. Gak ada kalian mungkin aku bagaikan butiran pasir yang dihempas ombak. HAHAHA
5. Dan terakhir untuk kamu Ingrid Vio Fernanda, terimakasih ya kamu sempet mengisi hari-hariku walaupun Cuma sebentar dan selalu berusaha membantu skripsi windi walaupun secara tidak langsung karena emang kita gak pernah ketemu hanya by email. Semoga kamu selalu bahagia, sukses, dan bisa dapat yang lebih baik. Amiinn. Kita selalu berteman baik ya, seperti apa yang kamu mau. Aku selalu doakan kamu doa-doa yang terbaik. Hehehe :)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Tuhan Yang MahaEsa yang telah memberkati saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Strata Satu Manajemen, dengan judul “Pengaruh Nilai Yang Dirasa, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Kembali Batik Keris Di Surabaya”.

Penyelesaian skripsi ini kiranya tidak akan berjalan lancar bila tanpa bantuan maupun dukungan dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual. Untuk itu dalam kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya:

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Bapak Dr. Drs. SoniHarsono, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
4. Bapak Drs. Ec. HerizonM.Si. selaku Dosen Wali yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran.



6. Kedua Orang Tua dan Keluarga saya terima kasih karena selalu mendoakan, memberikan dukungan moril maupun materil
7. Seluruh rekan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

Surabaya, Oktober 2016

Penyusun



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN LULUS UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
1.5. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1. Peneliti Terdahulu.....	12
2.2. Landasan Teori .....	17
2.2.1 Niat Pembelian Kembali.....	17
2.2.2 Nilai Yang Dirasa .....	18
2.2.3 Kepercayaan Pelanggan.....	20
2.2.4 Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3. Kerangka Pemikiran .....	25
2.5. Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1. Rancangan Penelitian.....	27
3.2. Batasan Penelitian .....	27
3.3. Identifikasi Variabel .....	28
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.5. Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.6. Instrumen Penelitian .....	34
3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data .....	36
3.8. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas .....	37
3.9. Uji Asumsi Klasik.....	38
3.10. Teknik Analisis Data .....	41

**BAB V GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS**

**DATA.....45**

4.1. Gambaran Subyek Penelitian.....45

4.2 Analisis Data.....49

4.2.1 Uji Validitas.....50

4.2.2 Uji Reliabilitas.....51

4.2.3 Analisis Data Deskriptif.....53

4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....57

4.2.5 Uji Regresi Berganda.....60

4.3 Pembahasan.....68

**BAB V PENUTUP.....74**

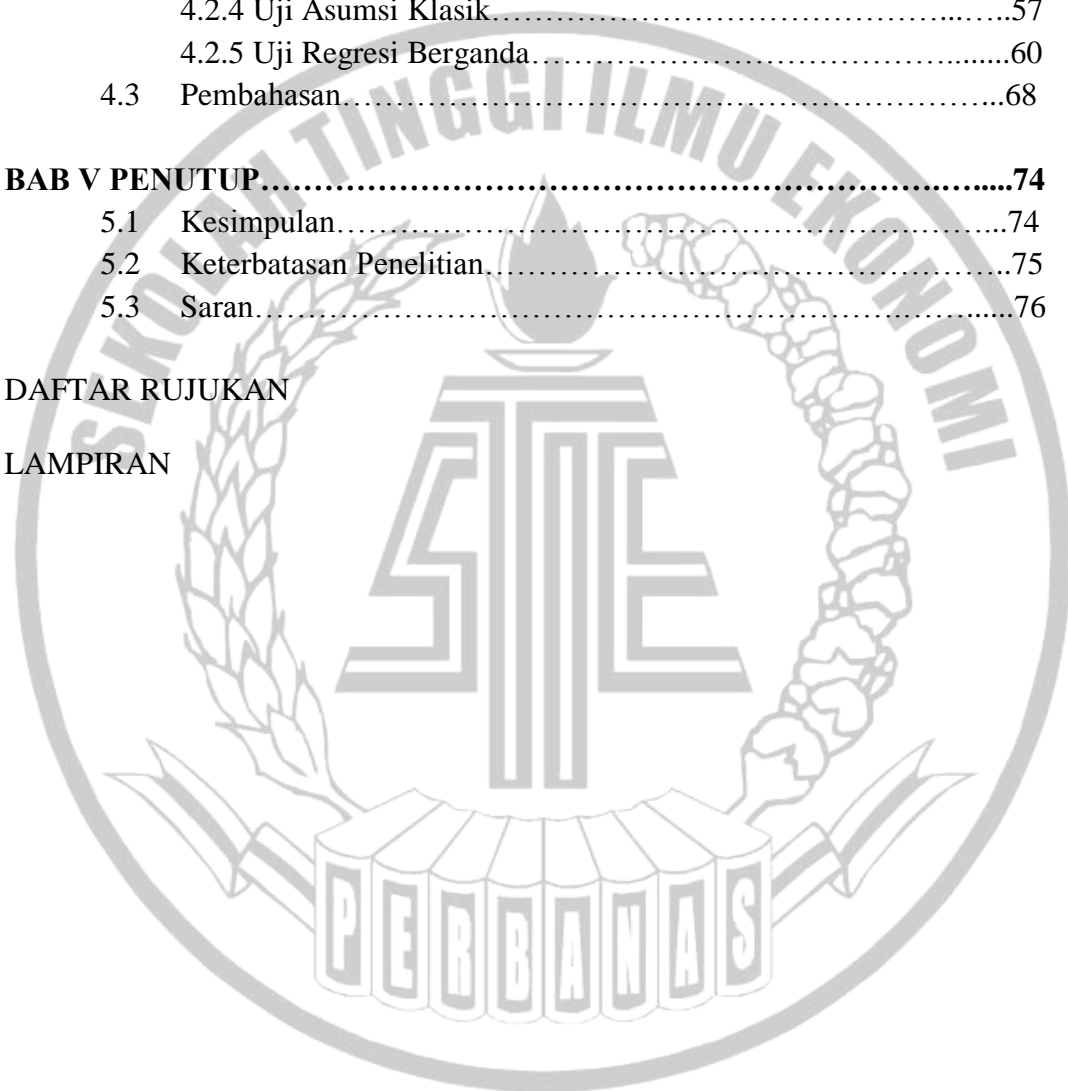
5.1 Kesimpulan.....74

5.2 Keterbatasan Penelitian.....75

5.3 Saran.....76

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

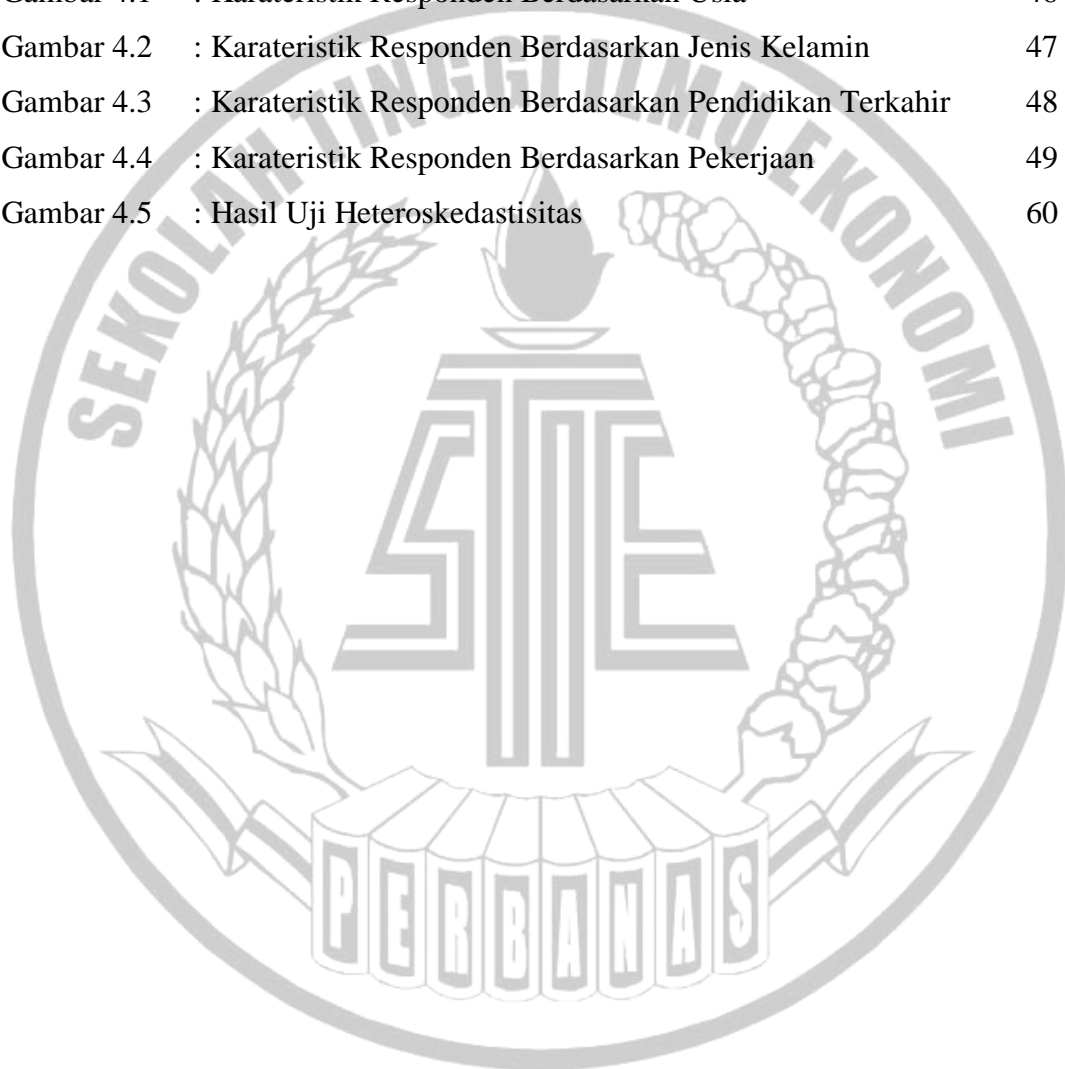


## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Prosentase Penjualan Produk Batik Keris Tahun 2013-2015	3
Tabel 1.2 : Omzet Penjualan Batik Keris Di Surabaya Tahun 2013-2015	4
Tabel 2.1 : Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 : Skala Interval	32
Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Kuesioner	35
Tabel 3.3 : Uji Durbin-Watson	40
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil	50
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	51
Tabel 4.3 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil	52
Tabel 4.4 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	52
Tabel 4.5 : Skala Interval	53
Tabel 4.6 : Analisis Tanggapan Responden Terhadap Nilai Yang Dirasa	53
Tabel 4.7 : Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Pelanggan	54
Tabel 4.8 : Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	55
Tabel 4.9 : Analisis Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian Kembali	56
Tabel 4.10 : Uji Normalitas	57
Tabel 4.11 : Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.12 : Uji Autokorelasi	59
Tabel 4.13 : Durbin Watson Test Bond	59
Tabel 4.14 : Analisis Uji Regresi Berganda	61
Tabel 4.15 : Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.16 : Uji F	64
Tabel 4.17 : Uji T	66

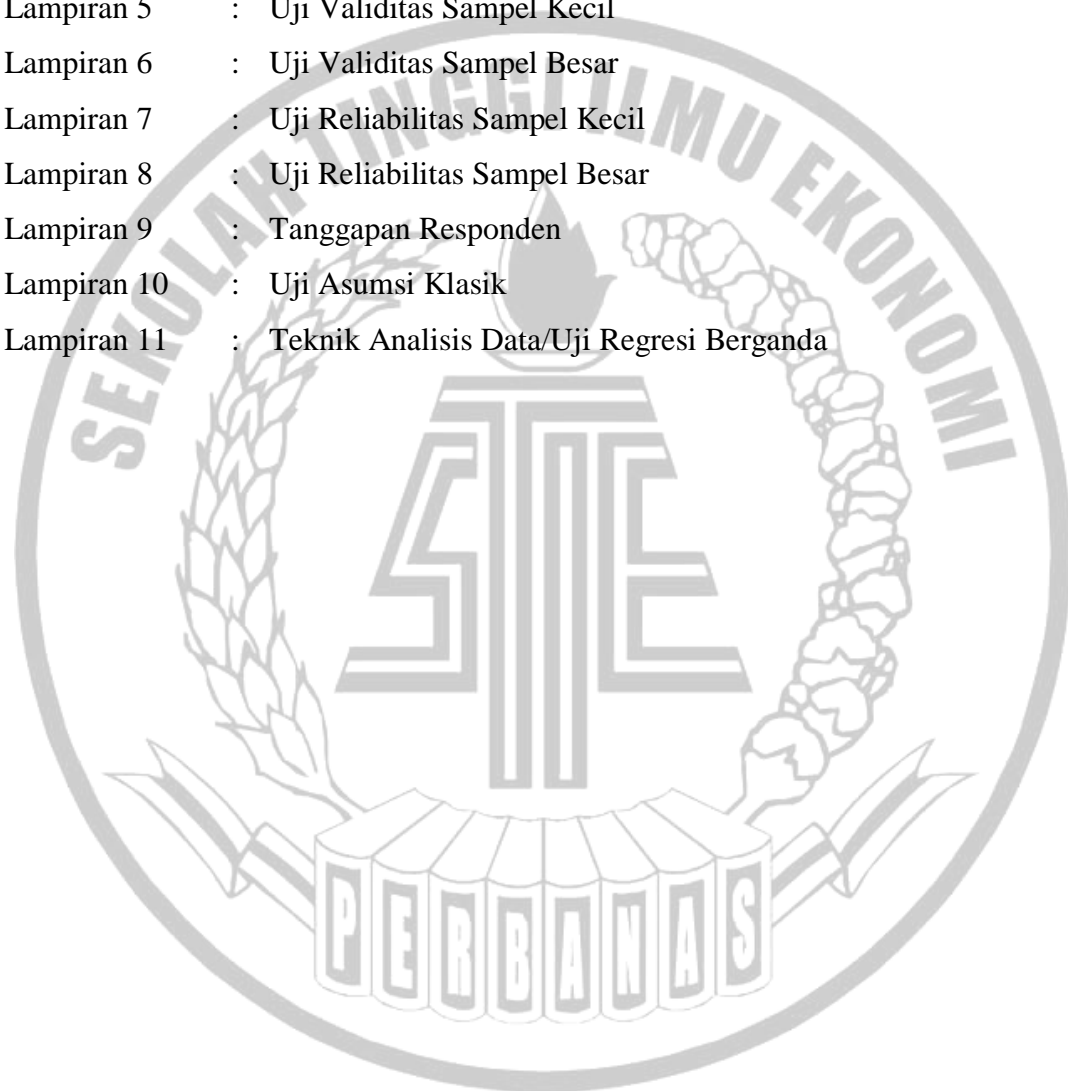
## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Skema Kerangka Pemikiran Peneliti 1	14
Gambar 2.2 : Skema Kerangka Pemikiran Peneliti 2	15
Gambar 2.3 : Skema Kerangka Pemikiran Peneliti Sekarang	25
Gambar 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Gambar 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Gambar 4.5 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	60



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran1 : Kuesioner  
Lampiran2 : Tabulasi Data Sampel Kecil  
Lampiran 3 : Tabulasi Data Sampel Besar  
Lampiran 4 : Kriteria Responden Berdasarkan Karakteristik  
Lampiran 5 : Uji Validitas Sampel Kecil  
Lampiran 6 : Uji Validitas Sampel Besar  
Lampiran 7 : Uji Reliabilitas Sampel Kecil  
Lampiran 8 : Uji Reliabilitas Sampel Besar  
Lampiran 9 : Tanggapan Responden  
Lampiran 10 : Uji Asumsi Klasik  
Lampiran 11 : Teknik Analisis Data/Uji Regresi Berganda



**THE INFLUENCE OF PERCEIVED VALUE, TRUST, AND CUSTOMER  
SATISFACTION TOWARDS REPURCHASE INTENTION  
OF BATIK KERIS IN SURABAYA**

**ABSTRACT**

**Windi Mega Fenita**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [2012210299@students.perbanas.ac.id](mailto:2012210299@students.perbanas.ac.id)

*In an effort to improve the competitiveness of companies in the market that is growing more and more store brands of other batik products. This study aimed to describe and analyze the effect of the variables perceived value, trust, and customer satisfaction on repurchase intention. Independent variables that support this research is the perceived value, customer trust, and customer satisfaction while the dependent variable is repurchase intention. And case studies in Surabaya. The number of respondents in this study was 100 respondents. The analysis used linear regression and analysis tools SPSS version 16.0. The results of this study is the perceived value and customer satisfaction significantly influence repurchase intention. And the customer trust does not significantly influence repurchase intention.*

*Keywords : Perceived Value, Customer Trust, Customer Satisfaction, And Repurchase Intention*

**PENGARUH NILAI YANG DIRASA, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI  
BATIK KERIS DI SURABAYA**

**ABSTRAK**

**Windi Mega Fenita**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [2012210299@students.perbanas.ac.id](mailto:2012210299@students.perbanas.ac.id)

Dalam upaya untuk meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang makin berkembang semakin banyak produk merek batik lainnya. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh variabel nilai yang dirasa, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian kembali. Variabel independen yang mendukung penelitian ini adalah nilai yang dirasa, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelanggan sedangkan variabel dependen adalah niat pembelian kembali. Dan studi kasus di Surabaya. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Analisis yang digunakan adalah regresi linear dan menggunakan alat analisis SPSS versi 16.0. Hasil penelitian ini adalah nilai yang dirasa dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian kembali. Dan kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian kembali.

**Kata Kunci:** Nilai yang dirasa, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Niat Pembelian Kembali