

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG  
PAKAIAN WANITA THE EXECUTIVE DI SURABAYA**

**S K R I P S I**

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



Oleh:

**Moch Wildan Arifi**  
**2012210131**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2016**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG  
PAKAIAN WANITA THE EXECUTIVE DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

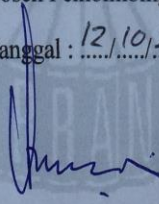
**MOCH WILDAN ARIFI**

**NIM : 2012210131**

Skripsi ini telah di bimbing  
dan di nyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 12/10/2016

  
**(Dra.Lindiawati.M.M)**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG  
PAKAIAN WANITA THE EXECUTIVE DI SURABAYA**

Disusun oleh :

**MOCH WILDAN ARIFI**  
**2012 210 131**

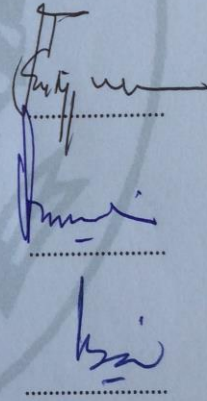
Dipertahankan didepan tim penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 27 Agustus 2016

Tim penguji

Ketua : Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M

Sekretaris : Dra. Lindiawati, M.M

Anggota : Laila Saleh Marta', S.psi., M.MT., Psikolog



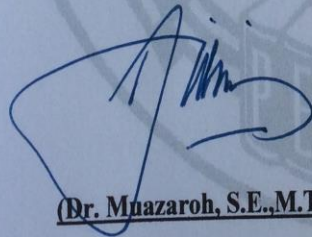
## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Moch Wildan Arifi  
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 23 Januari 1993  
NIM : 2012.210.131  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan  
Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang  
Pakaian Wanita The Executive di Surabaya.

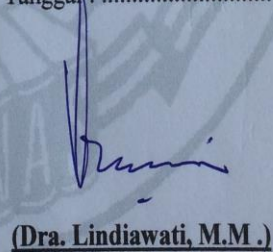
**Disetujui dan diterima baik oleh:**

Ketua Program Studi S1 Manajemen,  
Tanggal : 12-10-2016

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 12-10-2016



**(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)**

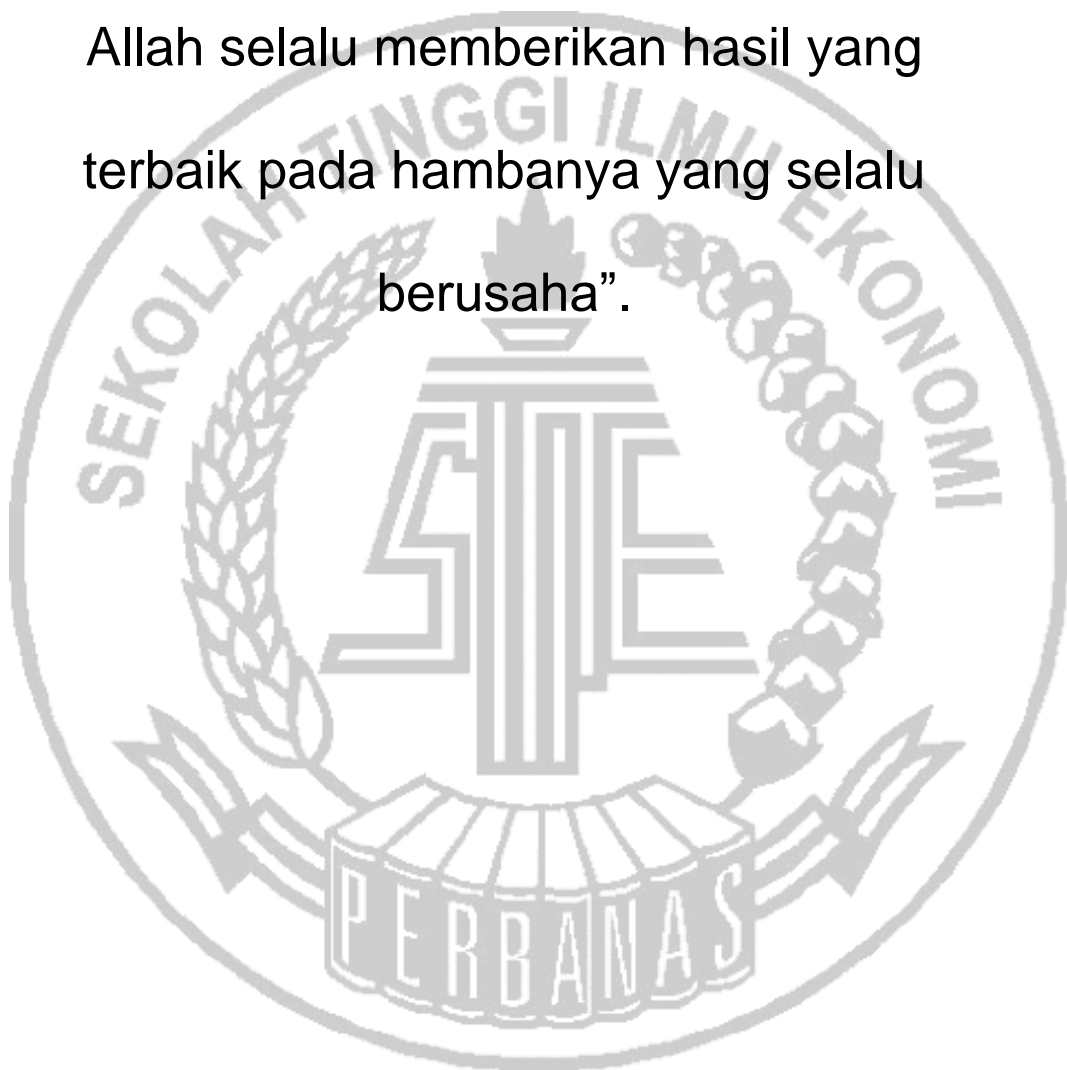


**(Dra. Lindiawati, M.M.)**

## MOTTO

“tidak ada yang tidak mungkin selama  
kita terus berusaha dan percaya bahwa

Allah selalu memberikan hasil yang  
terbaik pada hambanya yang selalu  
berusaha”.



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur alhamdulillah segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

- Orang Tuaku tersayang, Ayah Su'udhi dan ibu Faricha terima kasih atas segalanya, yang selalu memberikan Doa, nasihat, dukungan, kasih sayang dan biaya. Sampai kapanpun saya takkan bisa membalasnya hanya bisa memberikan yang terbaik bagi kalian berdua.
- Ibu Lindiawati yang selalu sabar membimbing demi kesempurnaan skripsi ini
- Teman-teman yang ikut membantu melancarkan jalannya skripsi ini, Dinar Rosydi, Moch Solichin, Rizya Tyas, Indira Sekar Ramadhan, Eli Lailatun, Dessy Pustakawati, Nafkhatul Khikmah dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang membantu menemani proses pengerjaan skripsi ini.
- Teman-teman seangkatan dan sepermainan Oris mawan, Chandra Ibrahim, Teddy Aris, Nuvaris Rivera, Anga Wahyu, Bayu Septian, Sandy, Saughi Tariq yang ikut menghibur saat mulai bosan dalam mengerjakan skripsi.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan karunianya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERDAPAN MINAT BELI ULANG PAKAIAN WANITA THE EXECUTIVE DI SURABAYA”** dalam rangka guna memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program pendidikan Strata I jurusan manajemen dengan bidang konsentrasi manajemen pemasaran di STIE Perbanas Surabaya.

Penulis bersyukur bahwa pada akhirnya skripsi penelitian ini dapat diselesaikan meskipun dalam proses penyusunan ditemui kendala dan hambatan. Namun kendala dan hambatan dapat diatasi dengan baik. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan moril dan materil dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Lindiawati, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu dan tenaga. Serta telah membimbing dan mengarahkan, memberikan saran dan nasihat sehingga berkat bimbingan beliau penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M. dan Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE., MM. selaku dosen penguji yang telah membantu memberikan saran dan masukan untuk menjadikan penelitian ini menjadi lebih baik.

3. Bapak Dr. Drs. Emanuel Kristijadi. M.M. selaku dosen wali yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama proses belajar di STIE Perbanas Surabaya.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu diharapkan kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif untuk kedepannya program studi sarjana khususnya bidang manajemen pemasaran.

Surabaya, 16 Mei 2016

Peneliti



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI SKRIPSI .....	ii
HALAMANPERSYARATAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori .....	14
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	20
2.4 Kerangka Pemikiran .....	22
2.5 Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
3.1 Rancangan Penelitian .....	24
3.2 Batasan Penelitian .....	24
3.3 Identifikasi Variabel.....	25
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.6 Instrumen Penelitian.....	30
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.8 Uji validasi dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	33
3.9 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	39
4.2 Analisis Data .....	40
4.3 Analisis Deskriptif.....	43
4.4 Analisis Data .....	46

4.5 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda .....	48
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis .....	51
4.7 Pembahasan .....	54
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>58</b>
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	58
5.3 Saran .....	59
<b>DAFTAR RUJUKAN</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Penjualan Produk Baju Dalam Persen .....	2
Tabel 1.2 : Penjualan Produk Dalam Unit.....	3
Tabel 2.1 :Persamaan Dan Perbedaan Antara Penelitian .....	13
Tabel 3.1 : Kisi-Kisi Pertanyaan .....	30
Tabel 3.2 : Kategori Mean Masing-masing Interval.....	32
Tabel 4.1 : Proporsi Responden Berdasarkan Lokasi Penyebaran Kuesioner.....	40
Table 4.2 : Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4.3: Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 4.4 : Hasil Uji Reabilitas .....	43
Tabel 4.5 : Kategori Mean .....	44
Tabel 4.6: Variabel Citra Merek .....	44
Tabel 4.7: Variabel Kepercayaan Merek .....	45
Tabel 4.8: Variabel Kepuasan Pelanggan .....	45
Tabel 4.9 : Variabel Minat Beli Ulang.....	46
Tabel 4.10 : Uji Multikolinearitas Variabel Bebas .....	47
Tabel 4.11 : Model Summary.....	48
Tabel 4.12 : Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda .....	48
Tabel 4.13 : Hasil Determinasi ( $R^2$ ).....	51
Tabel 4.14 : Hasil Analisis Uji F.....	51
Tabel 4.15 : Hasil Analisis Uji T .....	53

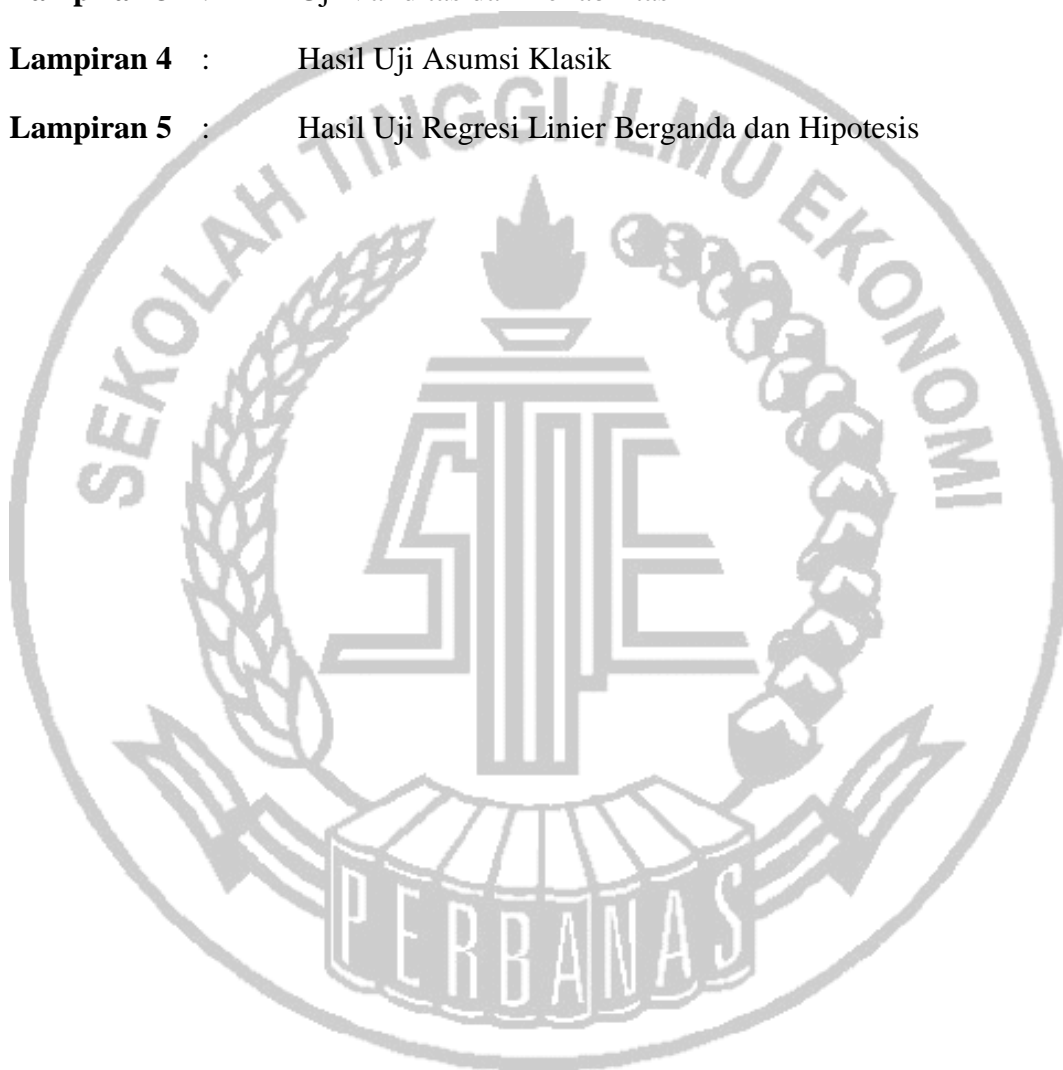
## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Penelitian James J. Zboja, Clay M. Voorhes...9	
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Penelitian Nurhayati dan Wahyu Wijaya.....12	
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Penelitian Moch Wildan Arifi.....22	



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2** : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3** : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4** : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5** : Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Hipotesis



THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST, AND CUSTOMER  
SATISFACTION OF REPURCHASE INTENTIONS CLOTHES THE  
EXECUTIVE IN SURABAYA

**Moch Wildan Arifi**

STIE Perbanas Surabaya

E-mail: [2012210131@students.perbanas.ac.id](mailto:2012210131@students.perbanas.ac.id)

Puri Surya Jaya, E1/02 Gedangan, Sidoarjo

ABSTRACT

At this time the clothing production business competition is very tight, so the company is required to be more creative in developing their products. Many consumers want clothes that are comfortable and suitable for use in formal or informal events. The purpose of this study is to determine how much of a role The Influence of Brand Image, Brand Trust, and Customer Satisfaction of Repurchase Intention Clothes The Executive in Surabaya. The data used in this study are primary data by distributing questionnaires to the respondents who had previously used women's clothes Executive. The sampling technique using a Judgment sampling where sampling was conducted with respondents who had used women's clothing The Executive and at least Nineteen years old. The sample in this study is a total of 120 respondents. Analysis data techniques using descriptive analysis, the classical assumption test and double linear regression using SPSS 21.0. Based on the results of research and discussion was found that Brand Image, Brand Trust and Customer Satisfaction, significantly influences repurchase intention. This means that these three variables are factors that influence the repurchase intention The Executive women's clothing in Surabaya.

**Keywords:** *Brand, Brand Trust, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG  
PAKAIAN THE EXECUTIVE DISURABAYA**

**Moch Wildan Arifi**

STIE Perbanas Surabaya

E-mail: [2012210131@students.perbanas.ac.id](mailto:2012210131@students.perbanas.ac.id)

Puri Surya Jaya, E1/02 kec. Gedangan, Sidoarjo

**ABSTRAK**

Pada saat ini persaingan bisnis produksi pakaian sangat ketat, perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam mengembangkan produknya. Banyak konsumen menginginkan pakaian yang nyaman dan cocok untuk dipakai dalam acara formal atau informal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar peranan Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pakaian wanita The Executive di Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah memakai pakaian wanita The Executive. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Judgement sampling* dimana pengambilan sampel ini dilakukan terhadap responden yang pernah menggunakan pakaian wanita The Executive dan berusia minimal Sembilan belas tahun. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisisregresi linier berganda menggunakan SPSS 21.0. Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang ada, ditemukan temuan bahwa Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Artinya, ketiga variabel tersebut merupakan faktor yang berpengaruh terhadap minat beli ulang pakaian wanita The Executive di Surabaya

**Kata kunci:** *Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang*