

HALAMAN MOTTO

"Apabila yang ada di depan membuatmu takut, dan yang di belakang membuatmu luka, lihatlah ke atas, sesungguhnya Allah tak pernah gagal menolongmu"

"Apa yang melewatkanmu tidak akan menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu, tidak akan pernah melewatkanmu"

(Umar bin Khattab)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada halaman skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali halaman persembahan, *Bismillahirrahmanirrahim* skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kepada pemilik mutlak seluruh zat dan alam semesta, yang menguasai, mengatur, dan berkuasa atas segala sesuatu. Allah SWT, Sang Maha Pemilik Arah terima kasih telah menjaga setiap langkah penulis.
2. Kepada kedua orang tua penulis, cinta pertama dan pintu surgaku, Ayah & Ibu *support system* terbaik yang senantiasa mengusahakan anak bungsunya ini untuk menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Terima kasih telah menjadi rumah paling hangat bagi penulis, serta selalu memberikan dukungan baik moral maupun material, serta selalu memanjatkan do'a untuk kelancaran dan kemudahan penulis, selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan keberkahan, senantiasa memberikan kesehatan kepada beliau, senantiasa menjaga beliau karena telah menjadi figur orangtua terbaik bagi penulis, terima kasih sudah ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis.
3. Kepada kakak-kakaku tercinta, hadirnya kalian membuat hidup penulis jauh lebih berwarna. Walau sering kali tingkah kalian membuatku kesal, namun justru itulah yang melengkapi perjalanan hidup penulis dan membuat penulis belajar banyak hal tentang kesabaran, kebersamaan, dan arti keluarga. Kalian adalah kakak-kakak terbaikku, dan aku bersyukur Allah SWT menghadirkan

kalian dalam kehidupan penulis. Semoga keberhasilan kecil ini juga menjadi kebanggaan kita bersama.

4. Kepada keponakan-keponakanku, Nizam, Amel, Nadia, Hafizan, Meecca, Gendis, Nagita, Arsyah, Zaylina terima kasih telah menjadi sumber semangat dan penghibur bagi penulis melalui kehadiran dan keceriaannya. Senyum dan kepolosannya memberikan motivasi tersendiri bagi penulis untuk tetap berusaha dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh tanggung jawab.
5. Kepada Bapak Joko Fitra, M. Sc., M.M. Terima kasih atas bimbingan, motivasi, arahan, serta dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kepada sahabat terbaik penulis, Arina Manasikana yang telah menemani setiap fase perjalanan ini, dari SD hingga sampai di titik sekarang ini. Terima kasih karena selalu hadir, bukan hanya dalam kebahagiaan, tetapi juga di saat penulis merasa lelah, ragu, dan hampir menyerah. Kehadiran yang menjadi tempat bercerita, berbagi keluh kesah, serta memberikan semangat setiap proses yang dilalui.
7. Kepada sahabat seperjuangan penulis, Anggel, Najah, Adel, Nur, terima kasih sudah kebersamaan penulis sejak awal perkuliahan. Kita memulai perjalanan ini sebagai lima orang dari angkatan yang sama, saling menemani di banyak proses, belajar, capek, ketawa, dan saling menguatkan sampai titik ini.
8. Kepada Dhika Anggelia, rasa terima kasih penulis sampaikan untuk sahabat terdekat sekaligus penulis anggap sebagai saudara, karena telah menemani penulis sejak awal semester hingga sampai pada semester akhir ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, bantuan, serta segala cerita yang telah

dilalui bersama selama masa perkuliahan. Terima kasih karena selalu hadir dan bersedia direpotkan dalam berbagai hal, baik dalam urusan perkuliahan maupun di luar itu. Semoga persahabatan ini tetap terjaga, melampaui jarak, waktu, dan kesibukan yang akan datang.

9. Kepada Najah Ummu Sakhawah, terima kasih atas waktu yang diluangkan, memberikan dukungan, motivasi, semangat, do'a, pendengar yang baik, serta menjadi rekan yang menemani penulis dari awal perkuliahan sampai selesai skripsi. Tiada hentinya memberikan motivasi kepada penulis agar selesai secara tepat waktu, dan berjuang agar siap menghadapi ujian sidang skripsi bersama.
10. Kepada seluruh responden, terima kasih atas waktu dan kesediaanya dalam mengisi kuesioner ini, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
11. Terakhir penulis mengucapkan terima kasih untuk Nia, diri penulis sendiri atas perjuangan yang mungkin tidak banyak terlihat oleh orang lain. Namun kamu membuktikan bahwa kamu mampu mengimbangi segalanya dengan baik dan menyelesaikan perjalanan ini tepat waktu. Setiap lelah, setia air mata, dan setiap do'a yang terucap dalam diam adalah bukti keteguhan hatimu. Kamu telah melakukan yang terbaik. Teruslah melangkah dengan penuh keyakinan, dan jangan pernah meragukan kekuatan yang ada dalam dirimu. Kamu layak bangga, kamu layak bahagia. Dan hari ini, izinkan penulis berkata: *I'm so proud of you*, Kurnia.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *customer trust*, dan *social media marketing* terhadap *repurchase intention* pada *customer store* hijab *Elzatta* di Kebumen. Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden *customer store* hijab *Elzatta* di Kebumen. Data diperoleh melalui kuesioner dalam bentuk *google form* dan disebarluaskan melalui media sosial, berupa *WhatsApp*, *Instagram*, dan *TikTok*. Alat uji yang digunakan adalah metode *Statistical Product and Services Solution (SPSS)* dengan bantuan aplikasi *SPSS 29,0 For Windows* penelitian ini menunjukkan hasil *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*, *customer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, *social media marketing* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*,

Kata kunci: *brand image*, *customer trust*, *social media marketing*, *repurchase intention*.



ABSTRACT

This research aimed to analyze the influence of brand image, customer trust, and social media marketing on repurchase intention among customers of the Elzatta hijab store in Kebumen. The sampling technique used was purposive sampling, with a total of 100 respondents who were customers of the Elzatta hijab store in Kebumen. Data were collected through a questionnaire in the form of a Google Form, which was distributed via social media, namely WhatsApp, Instagram, and TikTok. The testing tool used was the Statistical Product and Service Solutions (SPSS) method, with the assistance of SPSS 29.0 for Windows. This research showed that brand image had a significant effect on repurchase intention, customer trust had a positive and significant effect on repurchase intention, and social media marketing did not have a positive and significant effect on repurchase intention.

Keywords: brand image, customer trust, social media marketing, repurchase intention.



KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Brand Image, Customer Trust, Dan Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Pada Customer Store Hijab Elzatta Di Kebumen*" skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen di Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih kurangnya ilmu pengetahuan yang penulis miliki.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan selama penulisan skripsi ini.
2. Seluruh dosen, karyawan, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
3. Kedua Orang tua dan keluarga saya yang selalu mendoakan, menyayangi dan mendukung serta selalu ada dalam keadaan apapun.

4. Teman-teman yang telah memberikan semangat dalam proses menyusun skripsi.

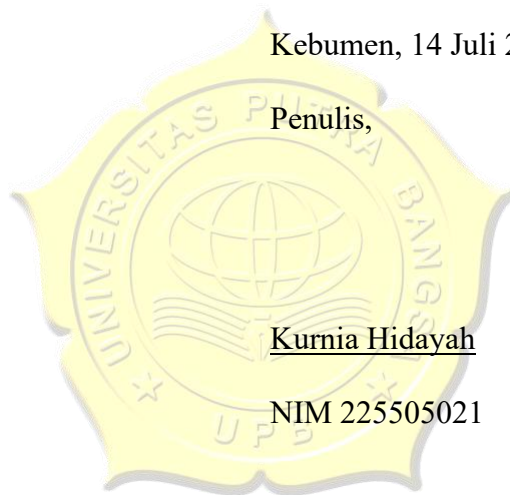
Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari sempurna. Terakhir penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Kebumen, 14 Juli 2026

Penulis,

Kurnia Hidayah

NIM 225505021



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	x
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	19
1.5. Manfaat Penelitian.....	19
BAB II.....	21
KAJIAN PUSTAKA.....	21
2.1. Tinjauan Teori	21
2.1.1. <i>Repurchase Intention</i>	21
2.1.2. <i>Brand Image</i>	24
2.1.3. <i>Customer Trust</i>	27
2.1.4. <i>Social Media Marketing</i>	30
2.2. Penelitian Terdahulu.....	33
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	41
2.4. Model Empiris.....	45
2.5. Hipotesis	46
BAB III	47
METODE PENELITIAN.....	47
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	47
3.2 Variabel Penelitian	47
3.3. Definisi Operasional Variabel	49
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	52
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6. Populasi dan Sampel	56
3.7. Teknik Analisis.....	59
3.8. Alat Analisis Data	60

BAB IV	69
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	69
4.1. Analisis Deskriptif.....	69
4.2. Analisis Statistik.....	75
4.3. Pembahasan	89
BAB V.....	92
SIMPULAN	92
5.1. Simpulan.....	92
5.2. Keterbatasan	93
5.3. Implikasi	94
5.3.1 Implikasi Praktis.....	94
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	96
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	103



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Perbedaan Ciri Khas Produk	3
Tabel I- 2 Perbandingan Pasar Kategori: Perlengkapan Pribadi, Sub Kategori: Kerudung Bermerek	5
Tabel I- 3 Hasil Mini Riset.....	9
Tabel II- 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	39
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Brand Image</i>	42
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Customer Trust</i>	50
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Social Media Marketing</i>	51
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Repurchase Intention</i>	52
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisil.....	71
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	75
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i>	76
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	77
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas <i>Customer Trust</i>	77
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas <i>Social Media Marketing</i>	78
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel IV- 12 Hasil Uji Normalitas	82
Tabel IV- 13 Hasil Uji Linearitas.....	83
Tabel IV- 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	84
Tabel IV- 15 Hasil Uji Parsial (Uji- t)	86
Tabel IV- 16 Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	88
Tabel IV- 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Kerangka Empiris.....	46
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	81



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1- Kuesioner Penelitian	103
LAMPIRAN 2- Identitas Data Responden	110
LAMPIRAN 3- Tabulasi.....	113
LAMPIRAN 4 - Hasil Uji Validitas	125
LAMPIRAN 5 - Hasil Uji Reliabilitas.....	127
LAMPIRAN 6 - Hasil Uji Asumsi Klasik	128
LAMPIRAN 7 - Analisis Regresi Linear Berganda	130
LAMPIRAN 8 - Hasil Uji Hipotesis.....	131
LAMPIRAN 9 - Tabel r	132
LAMPIRAN 10 - Tabel t	136
LAMPIRAN 11 - Tabel F	139
LAMPIRAN 12 - Kartu Konsultasi Skripsi.....	143
LAMPIRAN 13 - Kartu Seminar Proposal	144

