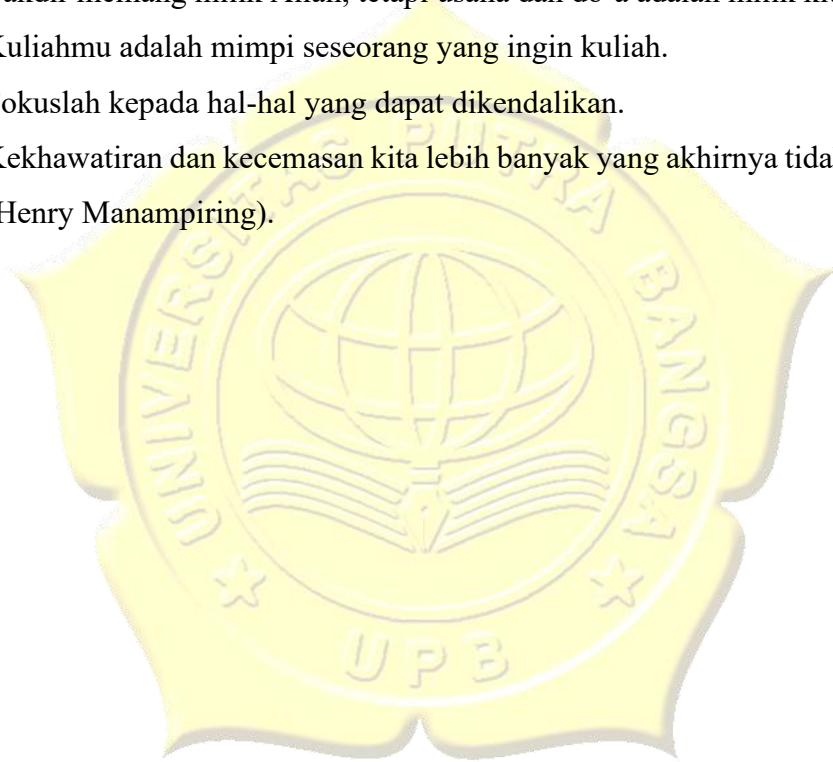


HALAMAN MOTTO

- “Karena sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan.” (QS. Al Insyirah: 5-6)
- “*Do the best and let Allah do the rest.*” (Lakukan yang terbaik dan biarkan Allah yang menentukan hasilnya)
- Kita tidak sedang bersaing dengan siapapun dalam hidup ini, *so, enjoy your process.* Apapun yang sedang diusahakan, semoga Allah mudahkan.
- Takdir memang milik Allah, tetapi usaha dan do’a adalah milik kita.
- Kuliahmu adalah mimpi seseorang yang ingin kuliah.
- Fokuslah kepada hal-hal yang dapat dikendalikan.
- Kekhawatiran dan kecemasan kita lebih banyak yang akhirnya tidak terjadi. (Henry Manampiring).



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan ridho, kekuatan, dan kesabaran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini dipersembahkan kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti, antara lain:

1. Mama dan Bapak yang sudah mendoakan, mendukung, memotivasi, mendoakan, dan mengorbankan banyak hal sehingga peneliti mampu sampai di tahap ini.
2. Kakak dan adik penulis, Mba Fahda dan Ririn yang telah mendukung dan memberikan doa serta semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Sahabat penulis dan teman seperjuangan, Ni'mah dan Isna yang telah memberikan dukungan dan tempat bertukar cerita selama proses pengerjaan skripsi ini.
4. Teman-teman penulis, mba Naya, Risma, dan Hana serta teman-teman yang lainnya yang telah memberikan semangat dan memotivasi penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Diri penulis sendiri, terima kasih telah berusaha dan memperjuangkan segala sesuatu dengan tulus.

ABSTRAKSI

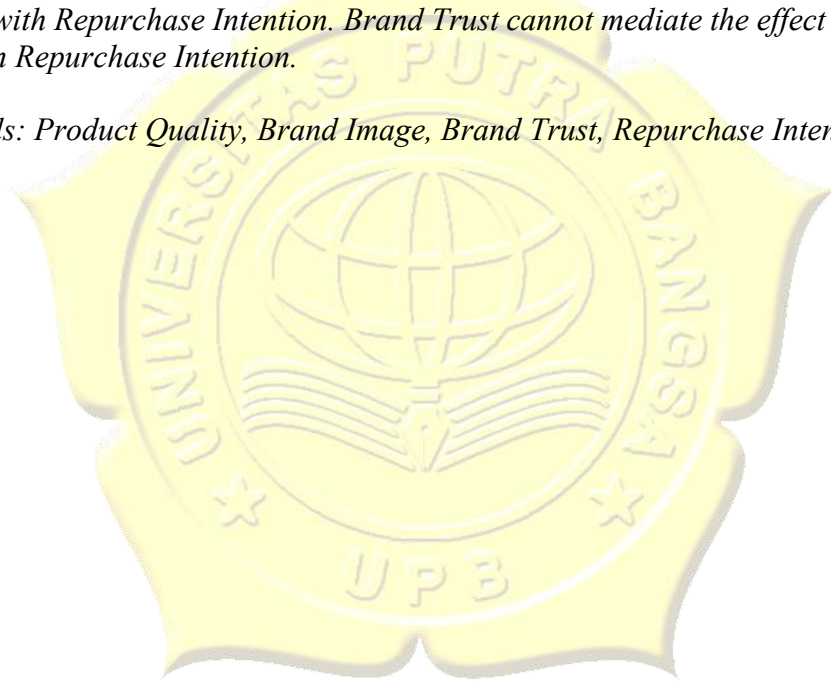
Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *product quality* dan *brand image* terhadap *repurchase intention* melalui *brand trust* pada produk tisu wajah Nice di Kabupaten Kebumen. Uji pada penelitian ini meliputi uji deskriptif, uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji hipotesis, analisis korelasi, dan analisis jalur. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang pernah membeli dan menggunakan produk tisu Nice. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS versi 23 dan kalkulator Sobel. Hasil penelitian menyatakan ada pengaruh yang positif antara *Product Quality* terhadap *Brand Trust*, pengaruh positif antara *Brand Image* terhadap *Brand Trust*, dan *Product Quality* terhadap *Repurchase Intention*. Selain itu, hasil dalam penelitian ini juga menunjukkan tidak adanya pengaruh dari *Brand Image* terhadap *Repurchase Intention*. Selanjutnya, *Brand Trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*. *Brand Trust* dapat memediasi *Product Quality* dengan *Repurchase Intention*. *Brand Trust* tidak dapat memediasi pengaruh *Brand Image* terhadap *Repurchase Intention*.

Kata kunci: *Product Quality, Brand Image, Brand Trust, Repurchase Intention*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality and brand image on repurchase intention through brand trust on Nice facial tissue products in Kebumen Regency. The tests in this study include descriptive tests, validity tests, reliability, classical assumptions, hypothesis testing, correlation analysis, and path analysis. Respondents in this study amounted to 100 people who had bought and used Nice tissue products. The analysis conducted in this study used the help of SPSS version 23 software and Sobel calculator. The results of the study state that there is a positive influence between Product Quality on Brand Trust, a positive influence between Brand Image on Brand Trust, and Product Quality on Repurchase Intention. In addition, the results in this study also show that there is no influence from Brand Image on Repurchase Intention. Furthermore, Brand Trust has a significant influence on Repurchase Intention. Brand Trust can mediate Product Quality with Repurchase Intention. Brand Trust cannot mediate the effect of Brand Image on Repurchase Intention.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Brand Trust, Repurchase Intention.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Tisu Wajah Nice di Kebumen)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S-1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah didapat selama menjalani perkuliahan dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis yang mengacu pada teori dan literatur. Namun penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi masih terdapat kekurangan yang masih perlu diperbaiki. Hal ini dikarenakan masih sedikitnya ilmu pengetahuan yang penulis ketahui. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat memperbaiki karya penulis dimasa depan.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang selalu memberikan bantuan, motivasi, dan semangat kepada penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam proses penyusunan skripsi.
2. Seluruh teman-teman yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi angket sebagai jawaban atas pertanyaan dari kuesioner yang telah diberikan.
3. Seluruh civitas akademika UNIVERSITAS PUTRA BANGSA Kebumen dan pembaca yang berbahagia.
4. Seluruh pihak yang telah turut serta membantu dan memotivasi hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala selalu memberikan berkah dan memudahkan segala urusan kita. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Akan tetapi, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 26 April 2025

Penulis

Nur Faizah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian	15
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17

2.1.	Tinjauan Teori.....	17
2.1.1.	Variabel <i>Repurchase Intention</i>	17
2.1.2.	Variabel <i>Brand Trust</i>	20
2.1.3.	Variabel <i>Product Quality</i>	25
2.1.4.	Variabel <i>Brand Image</i>	28
2.2.	Penelitian Terdahulu	34
2.3.	Hubungan Antar Variabel	36
2.4.	Model Empiris.....	41
2.5.	Hipotesis.....	42
BAB III		43
METODE PENELITIAN		43
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	43
3.2.	Variabel Penelitian	43
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	48
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6.	Populasi dan Sampel	52
3.7.	Teknik Analisis	55
BAB IV		72
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		72
4.1.	Analisis Deskriptif	72
4.2.	Analisis Statistik	76
4.3.	Pembahasan.....	101
BAB V		109
SIMPULAN		109

5.1. Simpulan	109
5.2. Keterbatasan.....	111
5.3. Implikasi.....	111
5.3.1 Implikasi Praktis	112
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	117
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	132



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Top Brand Tisu 2024.....	2
Tabel I- 2 Komparasi Brand Tisu Tahun 2021-2024.....	8
Tabel I- 3 Hasil Observasi	5
Tabel II- 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel III- 1 Distribusi Variabel Brand Trust (Y1) pada Kuesioner	46
Tabel III- 2 Distribusi Variabel Repurchase Intention (Y2) pada Kuesioner	46
Tabel III- 3 Distribusi Variabel Product Quality (X1) pada Kuesioner.....	47
Tabel III- 4 Distribusi Variabel Brand Image (X2) pada Kuesioner	48
Tabel III- 5 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r.....	67
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	75
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Product Quality	77
Tabel IV- 7 Hasil Uji Variabel Brand Image	77
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Trust	78
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Variabel Repurchase Intention	78
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolonieritas Substruktural 1	80
Tabel IV- 12 Hasil Uji Multikolonieritas Substruktural 2	81
Tabel IV- 13 Uji Normalitas Monte Carlo Substruktural 1	86
Tabel IV- 14 Uji Normalitas Monte Carlo Substruktural 2	87
Tabel IV- 15 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 1	88
Tabel IV- 16 Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural 2	89
Tabel IV- 17 Tabulasi Hasil Uji t.....	90
Tabel IV- 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 1	91
Tabel IV- 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 2	92
Tabel IV- 20 Hasil Uji Analisis Korelasi.....	93
Tabel IV- 21 Hasil Uji Sobel Test 1	94
Tabel IV- 22 Hasil Uji Sobel Test 2	94

Tabel IV- 23 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 1	95
Tabel IV- 24 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 2.....	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Gambar II- 1 Model Empiris.....	41
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural 1	82
Gambar IV- 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktural 2	83
Gambar IV- 3 Hasil Uji Normalitas Substruktural 1	84
Gambar IV- 4 Hasil Uji Normalitas Substruktural 2	85
Gambar IV- 5 Diagram Jalur.....	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	132
Lampiran 2 Data Responden.....	137
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	142
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	147
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	151
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	152
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	155
Lampiran 8 Hasil Uji Korelasi	159
Lampiran 9 Hasil Uji Sobel.....	160
Lampiran 10 Hasil Analisis Jalur.....	161
Lampiran 11 Tabel r.....	163
Lampiran 12 Tabel t.....	166
Lampiran 13 Kartu Bimbingan	169
Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal.....	170