

SKRIPSI

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND TRUST*,
CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA
CHARLES & KEITH DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : ANGELITA LILİYANA

NPM : 115160251

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2020

SKRIPSI

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND TRUST*,
CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA
CHARLES & KEITH DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : ANGELITA LILİYANA

NPM : 115160251

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2020

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HAIAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ANGELITA LILYANA
NIM : 115160251
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PRODUCT QUALITY, BRAND TRUST, CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA CHARLES & KEITH DI JAKARTA.

Jakarta, 9 Juli 2020

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nur Hidayah', written over a horizontal line that extends to the right.

(Nur Hidayah, SE. M.M.)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
TARUMANAGARA JAKARTA**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Angelita Liliyana
NIM : 115160251
Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi

Pengaruh Product Quality, Brand Trust, Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Charles & Keith Di Jakarta.

Telah di uji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 23 Juli 2020 dan dinyatakan lulus , dengan tim penguji yang terdiri atas :

1. Ketua : Yenny Lego,SE.,M.M.
2. Anggota : 1. Nur Hidayah, SE., M.M.
2.Edalmen , SE.,M.M

Jakarta, 29 Juli 2020

Pembimbing,



(Nur Hidayah, SE. M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMY

JAKARTA

- (A) ANGELITA LILYANA (115160251)
- (B) *THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND TRUST, CUSTOMER SATISFACTION TO REPURCHASE INTENTION ON CHARLES & KEITH USERS IN JAKARTA.*
- (C) XIII + 69 Pages, 2020, 18 Tables, 6 Pictures , 5 Attachement
- (D) MARKETING MANAGEMENT
- (E) ***Abstract :** The purpose of this research is to study the effect of product quality, brand trust, customer satisfaction on repurchase intention on Charles & Keith users in Jakarta. In this study using a questionnaire as a data collection tool. The population in this study are the users of Charles & Keith products. The number of samples in this study were 100 respondents. In this study using SmartPLS 3.0 to analyze data. The results of this study indicate that the Brand Trust and Customer Satisfaction variables have a significant effect on Repurchase Intentions on Charles & Keith product users in Jakarta, while Product Quality variables have no significant effect on Repurchase Intentions on Charles & Keith product users in Jakarta.*
- (F) *Product Quality, Brand Trust, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.*
- (G) References 25 (1998 – 2019)
- (H) Nur Hidayah,S.E., M.M.,

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) ANGELITA LILYANA (115160251)
- (B) PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK, KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI PADA PENGGUNA CHARLES & KEITH DI JAKARTA.
- (C) XIII + 69 Halaman, 2020, tabel 18, gambar 6, lampiran 5
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak :** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Kembali pada pengguna Charles & Keith di Jakarta. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna produk Charles & Keith. Ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Pada penelitian ini menggunakan SmartPLS 3.0 untuk menganalisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Merek dan Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Niat Pembelian Kembali pada pengguna produk Charles & Keith di Jakarta, sedangkan variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap Niat Pembelian Kembali pada pengguna produk Charles & Keith di Jakarta.
- (F) Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, Niat Pembelian Kembali
- (G) Daftar Acuan 25 (1998 – 2019)
- (H) Nur Hidayah,S.E., M.M.,