

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI  
PENGGUNA JNE DI JAKARTA BARAT**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA: VERA YULIA**

**NPM: 115150403**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT GUNA  
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2019**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : VERA YULIA  
NO. MAHASISWA : 115150403  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS LAYANAN,  
KEPERCAYAAN, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI  
PENGGUNA JNE DI JAKARTA BARAT.

Jakarta, 18 Juli 2019

Pembimbing,



(Rodhiah, Dra., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JAKARTA**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : VERA YULIA  
NO. MAHASISWA : 115150403  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS LAYANAN,  
KEPERCAYAAN, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI  
PENGGUNA JNE DI JAKARTA BARAT

Tanggal: 05 Agustus 2019 Ketua Penguji:



(Nuryasman MN S.E., M.M., Dr.)

Tanggal: 05 Agustus 2019 Anggota Penguji :



(Rodhiah Dra., M.M.)

Tanggal: 05 Agustus 2019 Anggota Penguji :



(Oey Hannes Widjaja S.E., M.M., MIKOM.)

## ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

(A) VERA YULIA (115150403)

(B) EFFECT SERVICE QUALITY, TRUST, AND BRAND IMAGE ON  
REPURCHASE INTENTION OF CUSTOMER JNE IN WEST JAKARTA

(C) xiv + 84 page, 20 table, 8 image, 6 attachment

(D) MARKETING

(E) *Abstract: The purpose of this study was to determine effect of service quality, trust, and brand image on repurchase intention of JNE consumers. The sampling technique used was purposive sampling with the total of 100 respondents. Data collection using a questionnaire with a Likert Scale. Data processing techniques using Structural Equation Modeling what using by SmartPLS 3.0. The results of the study show that service quality has a positive effect on the repurchase intention, trust has a positive effect on the repurchase intention and brand image has a positive effect on the repurchase intention.*

(F) REFERENCES (2003-2017)

(G) Rodhiah Dra., M.M.

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

(A) Vera Yulia (115150331)

(B) PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI PENGGUNA JNE DI JAKARTA BARAT

(C) xiv + 84 halaman, 20 tabel, 8 gambar, 6 lampiran

(D) PEMASARAN

(E) Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra merek terhadap niat pembelian kembali pada pengguna JNE di Jakarta Barat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sebanyak 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan Skala Likert. Pengambilan data menggunakan nonprobability sampling. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui program smartPLS versi 3.0 untuk mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian kembali, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian kembali dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian kembali.

(F) Daftar acuan (2003-2017)

(G) Rodhiah Dra., M.M.