PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK SERTA LABEL HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen

Disusun oleh :

Sintia Agataning Septiani

NIM: 30401511900

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

2019

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama	: Sintia agataning septiani
Nim	: 30401511900
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi/Manajemen
Judul Skripsi	: **PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK SERTA LABEL HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
Dosen Pembimbing	: Dra. Sri Ayuni, MSi

Semarang, 3 Agustus 2019

Menyetujui

Ketua Jurusan Manajemen	Dosen Pembimbing
Dr. H. Ardian Adhiatma, SE., M.M	**Dra. Sri Ayuni, MSi**

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK SERTA LABEL HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Disusun Oleh:
Sintia Agataning Septiani
NIM 30401511900

Telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal 15 Agustus 2019

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Dra. Sri Ayuni, Msi
NIK. 210492030

Penguji I

Dr. Budhi Cahyono, SE., Msi
NIK. 220493036

Penguji II

Dr. H. Asyhari SE,MM
NIK. 210491022

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Tanggal 3 September 2019

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. H. Ardian Adhitama, SE.,MM
NIK. 21049904

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Sintia Agataning Septiani**

NIM : **30401511900**

Jurusan : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **"PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK SERTA LABEL HALAL TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING"** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 15 Agustus 2019 adalah karya saya. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Semarang, 3 September 2019

Pembimbing

Dra. Sri Ayuni, Msi

NIK. 210492030

Memberi Pernyataan

Sintia Agataning Septiani

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini	:
Nama	: Sintia Agataning Septiani
Nim	: 30401511900
Program Studi	: Manajemen
Alamat Asal	: Ds. Margorejo Rt03/06, Kec. Dawe, Kab. Kudus
No.Hp / Email	: 0815779770 / sintiaagata56@gmail.com

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul :

Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Serta Label Halal Terhadap Minat Pembelian Ulang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.

Dan menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Royalti Non-Eksekutif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan Data dan di publikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis skema tetap mencamtumkan nama penuis sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila kemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta atau plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 3 September 2019

Yang menyatakan,

Sintia Agataning Septiani

30401511900

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil ‘alamin. Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan usulan penelitian skripsi yang berjudul *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk serta Label Halal terhadap Minat Pembelian Ulang dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening*. Usulan Penelitian Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penyelesaian usulan penelitian skripsi ini penulis tidak bekerja sendiri dan tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak yang mendukung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada:

1. Orang Tua penulis Bapak Hery Kaswanto dan Ibu Harsini (alm) serta Kedua Adik saya Tasya dan Zahra yang selalu mendoakan memberikan semangat serta dukungannya
2. Keluarga penulis selaku pendukung setia dikala susah maupun senang.
3. Ibu Dra Sri Ayuni, Msi selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, mengampau dan memberikan saran-saran kepada penulis sehingga usulan penelitian skripsi ini dapat tersusun.
4. Prof. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D selaku Walidosen sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
6. Giat Ahdita dan keluarga yang selalu memberikan dukungan, motivasi, semangat, menemani dan membantu dalam mengerjakan penelitian ini.
7. Seluruh teman dan sahabat dekat Endah, Fyya, Vera, Mita, Fifin, Wulansari, Lilis, Marta, Yumna, Tim Id'ot dan teman dekat saya yang lainnya yang tidak bisa saya sebutin satu persatu. Yang memberikan semangat,memberikan bantuan dan doa saat mengerjakan penelitian ini.
8. Seluruh teman-teman manajemen G angkatan tahun 2015 dan seluruh teman-teman manajemen angkatan 2015 Unissula, terima kasih atas doa, motivasi, dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi ini.
9. Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis lainnya yang tidak disebutkan namanya satu-persatu, semoga Allah selalu memberikan ridho dan rahmat kepada kita semua atas kebaikan yang telah kita lakukan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa usulan penelitian skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, baik dalam materi maupun tata cara penulisannya.

Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan usulan penelitian skripsi ini di masa yang akan datang.

Semoga usulan penelitian skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat baik bagi penulis maupun para pembaca pada umumnya.

Semarang, 18 Juli 2019

Penulis,

Sintia Agataning Septiani

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk serta Label Halal terhadap Minat Pembelian Ulang dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening. Populasi yang digunakan adalah konsumen Jenang Mubarok Kudus yang pernah melakukan pembelian. Teknik pemilihan sampel menggunsksn *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang melakukan pembelian di Jenang Mubarok Kudus. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asmsi klasik, dan uji SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image*, kualitas produk dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. *Brand image*, kualitas produk dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang. Kepercayaan merupakan variabel intervening antara brand image terhdap minat pembelian ulang. Kepercayaan merupakan variabel intervening antara kualitas produk terhadap minat pembelian ulang. Kepercayaan merupakan variabel intervening antara label halal terhadap minat pembelian ulang.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Label Halal, Kepercayaan dan Minat Pembelian Ulang.

ABSTRACT

The purpose of this study is to describe and analyze the influence of Brand Image and Product Quality and Halal Label on Repurchase Intention with Trust as an Intervening Variable. The population used is consumer Jenang Mubarok Kudus who has made a purchase. The sample selection technique uses purposive sampling. The sample used in this study were 100 respondents who made a purchase at Jenang Mubarok Kudus. The analysis technique in this study is the validity test, reliability test, classic assay test, and SPSS 22 test. The results of this study indicate that brand image, product quality and halal label have a positive and significant effect on trust. Brand image, product quality and halal label have a positive and significant effect on repurchase interest. Trust is an intervening variable between brand image and repurchase interest. Trust is an intervening variable between product quality and interest in repurchasing. Trust is an intervening variable between halal labels and interest in repurchasing.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Halal Label, Trust and Repurchase Interest.*