

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa, menguji dan menjelaskan pengaruh kepercayaan konsumen, citra merek dan kepuasan terhadap niat beli ulang. Pada penelitian ini terdapat variabel bebas yaitu *consumer trust*, *brandimage* dan *satisfaction*. Sementara itu, variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *repurchase intention*. Jenis yang dipakai dalam penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Sampel penelitian ini berjumlah 107 responden terdiri dari pengguna kartu telkomsel mahasiswa STIESIA Surabaya yang diambil menggunakan *simple random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data dengan menggunakan analisis linear berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and ServiceSolution*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *consumer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Variabel *brandimage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Dan variabel *satisfaction* berpengaruh terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci: *consumer trust*, *brand image*, *satisfaction* dan *repurchase intention*



ABSTRACT

This study aims to examine consumer trust, brand image, and satisfaction with the repurchase intention of Telkomsel card users. Repurchase Intention is very important for the company especially for the continuity of the company's operations, it's because retaining customers is much easier than attracting new customers.

This type of research is quantitative. The type of data used is primary data, the sampling technique used is a simple random sampling method, with a sample of 107 respondents. Data was collected using a questionnaire. The analysis technique used in this study is multiple linear regression using SPSS program tools.

The test instrument uses validity and reliability tests. The results of the test show that consumer trust, brand image, and satisfaction have a positive and significant effect on repurchase intention. Thus PT. Telkomsel is expected to maintain and improve quality and strategies so that consumers can make repeat purchases from the company.

Keywords: consumer trust, brand image, satisfaction

