

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PASCA PEMBOIKOTAN
PRODUK ISRAEL
(Studi Kasus Pada Konsumen Lifebuoy di Kota Madiun)**

SKRIPSI



**OLEH:
DHITA NANDA ADELIA
NIM. 2103102134**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PASCA PEMBOIKOTAN
PRODUK ISRAEL
(Studi Kasus Pada Konsumen Lifebuoy di Kota Madiun)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Manajemen

**OLEH :
DHITA NANDA ADELIA
2103102134**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Dhita Nanda Adelia telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 12 Juni 2025

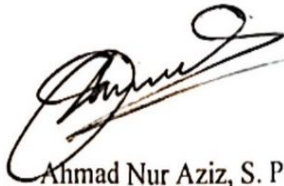
Pembimbing I,



Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.
NIDN. 0713058001

Madiun, 12 Juni 2025

Pembimbing II,




Ahmad Nur Aziz, S. Pd., M. Ak
NIDN. 0725099104

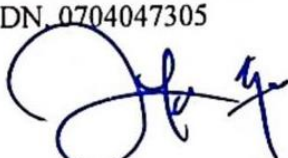
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Dhita Nanda Adelia ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Kamis tanggal 19 Juni 2025.


Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

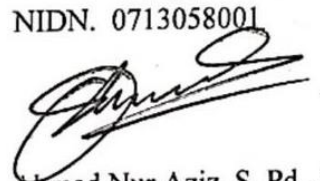
Ketua


Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802


Sekretaris


Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.
NIDN. 0713058001

Anggota


Ahmad Nur Aziz, S. Pd., M. Ak
NIDN. 0725099104

Anggota


Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M.
NIDN. 0727107503

Anggota

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Anggra Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Kaprod SI Manajemen



Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhita Nanda Adelia

NIM : 2103102134

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan pikiran atau tulisan orang lain yang kemudian saya akui sebagai karya tulis saya.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima konsekuensi dan sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 02 April 2025

Yang membuat pernyataan,



Dhita Nanda Adelia

NIM. 2103102134

MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya
bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

Sometimes you win, Sometimes you lose.

But what's most important is you don't lose yourself.

(Reality Club)

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA :

Orang tua dan seluruh keluarga besar,

serta teman teman yang saya sayangi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Ulang Pasca Pemboikotan Produk Israel (Studi Kasus Pada Konsumen Lifebuoy di Kota Madiun)**” dengan lancar dan tepat waktu.

Peneliti sangat bersyukur atas terselesaikannya skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebanyak banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd, selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Ibu Dr. Karuniawati Hasanah, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
4. Ibu Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
5. Ibu Dr. Apriyanti, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas PGRI Madiun.

6. Bapak Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M., selaku Sekretaris Prodi Manajemen.
7. Ibu Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I.
8. Bapak Ahmad Nur Aziz, S. Pd., M. Ak., selaku Dosen Pembimbing II.
9. Seluruh Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas PGRI Madiun yang sudah memberikan bekal ilmu.
10. Kedua orang yang paling berjasa dalam setiap perjalanan penulis, ayah dan ibu. Terimakasih untuk selalu mengusahakan. Terimakasih untuk setiap cucuran keringat. Terimakasih untuk setiap do'a, pesan dan harapan yang terucap. Yang terakhir, aku selalu berterimakasih pada Tuhan karena ayah ibu telah menjadi ayah dan ibu bagi penulis.
11. Teman saya Luppy Novitasari, Reni Novitasari, Putri Rukmiatin dan Cindy Gita yang telah menemani, membantu selama di perkuliahan, memberikan semangat, dan dukungan.
12. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu. Terima kasih atas kerjasamanya.
13. Yang terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri karena sudah bertahan sampai sejauh ini. Meskipun tidak sempurna setidaknya selesai. Semoga kehidupanku bermanfaat bagi banyak orang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	14
A. Kajian Pustaka	14
1. <i>Grand Theory</i>	14
2. Minat Beli Ulang.....	16
3. Kualitas Produk	19
4. <i>Brand Image</i>	21
5. <i>Brand Trust</i>	24
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Berpikir	40
D. Hipotesis Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
A. Tempat dan Waktu Penelitian	49

1. Tempat Penelitian.....	49
2. Waktu Penelitian	49
B. Desain Penelitian.....	50
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	50
1. Populasi.....	50
2. Sampel.....	51
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	52
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	53
1. Variabel Penelitian	53
2. Definisi Operasional.....	54
E. Sumber Data	55
F. Teknik Pengumpulan Data.....	56
G. Instrumen Penelitian.....	56
H. Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
B. Deskripsi Data	66
C. Hasil Analisis Data	91
1. Statistik Deskriptif.....	91
2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	93
3. Uji Asumsi Klasik	96
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	101
5. Uji Hipotesis.....	102
D. Pembahasan	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	114
A. Kesimpulan.....	114
B. Implikasi dan Saran	114
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN	123
RIWAYAT HIDUP.....	161

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Rincian Kegiatan Penelitian	49
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 3.3 Instrumen Penelitian Skala Likert	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	72
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	74
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1).....	76
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	80
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel <i>Brand Trust</i> (X3).....	84
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Descriptive Statistic.....	91
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	93
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	94
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Trust</i>	94
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang.....	95
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas.....	96
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov.....	97
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	98
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	100
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi.....	101
Tabel 4.21 Hasil Uji Parsial (t).....	103
Tabel 4.22 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	105
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Produk Pro Israel.....	2
Gambar 1.1 Logo Lifebuoy.....	3
Gambar 1.2 Top Brand Indeks Sabun Mandi 2024.....	4
Gambar 2.1 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> atau teori perilaku terencana.....	15
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	124
Lampiran 2. Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden.....	129
Lampiran 3. Output Uji Descriptive Statistik.....	137
Lampiran 4. Output Uji Validitas Kualitas Produk.....	137
Lampiran 5. Output Uji Validitas <i>Brand Image</i>	138
Lampiran 6. Output Uji Validitas <i>Brand Trust</i>	138
Lampiran 7. Output Uji Validitas Minat Beli Ulang.....	139
Lampiran 8. Output Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	139
Lampiran 9. Output Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i>	139
Lampiran 10. Output Uji Reliabilitas <i>Brand Trust</i>	140
Lampiran 11. Output Uji Reliabilitas Minat Beli Ulang.....	140
Lampiran 12. Output Uji Normalitas.....	140
Lampiran 13. Output Uji Multikolinearitas, Analisis Regresi dan Uji t.....	141
Lampiran 14. Output Uji Heteroskedastisitas.....	141
Lampiran 15. Output Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	141
Lampiran 16. Output Uji Simultan (Uji F).....	142
Lampiran 17. Validasi Sumber Pustaka.....	143