

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI ULANG**
(Studi pada Konsumen belanja online aplikasi Shopee Kecamatan Jombang)

ABSTRAK

**Oleh :
Krisyana**

**Dosen Pembimbing :
Dr. Siti Zuhroh, M.Si**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh variabel Kepercayaan (X1) dan Citra Merek (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y) pada konsumen shopee di Kecamatan Jombang. Pengumpulan data dilakukan dengan angket. Populasi yang digunakan yaitu pelanggan shopee berjumlah 96 responden penarikan sampel menggunakan teknik Purposive sampling. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 21 for Windows. Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1) kepercayaan mampu meningkatkan minat beli ulang konsumen shopee di kecamatan Jombang, 2) citra merek mampu meningkatkan minat beli ulang konsumen shopee di kecamatan Jombang. Untuk menambah pengetahuan ilmu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain seperti variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang dapat berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci : Kepercayaan, Citra merek dan Minat beli Ulang.