

**PENGARRUH *SATISFACTION* DAN *TRUST* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION PADA PRODUK TEH BOTOL SOSRO**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unversitas Galuh Ciamis)

ARTIKEL

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Menempuh Ujian Sidang Skripsi

Oleh,

SYAMSUL MUNAJAT

3402150267



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2020**

PENGARUH *SATISFACTION* DAN *TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
PADA PRODUK TEH BOTOL SOSRO
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis)

Syamsul Munajat
Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
e-mail : gsyamsulmunajat@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Satisfaction* Dan *Trust* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Produk Teh Botol Sosro (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1]. **Konsumsi Teh Botol Sosro dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh cenderung tinggi, tetapi penjualan Teh Botol Sosro secara umum dari tahun ke tahun menurun.** 2]. **Banyaknya produk-produk sejenis yang menjadi pesaing.** 3]. **Inovasi-inovasi yang dilakukan cenderung kurang efektif dibanding dengan pesaing.** 4]. **Pengembangan produk untuk konsumen kalangan milenial belum maksimal.** Adapun tujuan penelitian ini adalah : 1] **Untuk mengetahui** Pengaruh *Satisfaction* terhadap terhadap *Repurchase Intention* pada produk Teh Botol Sosro. 2]. **Untuk mengetahui** Pengaruh *Trust* terhadap *Repurchase Intention* pada produk Teh Botol Sosro. 3]. **Untuk mengetahui** Pengaruh secara simultan *Satisfaction* dan *Trust* terhadap *Repurchase Intention* pada produk Teh Botol Sosro.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan teknik observasi, wawancara dan kuesioner. Dengan metode ini meliputi Uji Koefisien Korelasi, Uji Determinasi, Uji T, Uji Koefisien Korelasi Berganda, Regresi Linier Berganda dan Uji F.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : 1]. Pengaruh *satisfaction* (kepuasan) terhadap *repurchase intention* (minat beli ulang) pada produk Teh Botol Sosro adalah positif dan signifikan di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis. 2]. Pengaruh *trust* (kepercayaan) terhadap *repurchase intention* (minat beli ulang) pada produk Teh Botol Sosro adalah positif dan signifikan di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis. 3]. Pengaruh *satisfaction* (kepuasan) dan *trust* (kepercayaan) terhadap *repurchase intention* (minat beli ulang) pada produk Teh Botol Sosro adalah positif dan signifikan di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis.

Kata Kunci : *Satisfaction* (Kepuasan), *Trust* (Kepercayaan), *Repurchase Intention* (Minat Beli Ulang).