

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CONSUMER TRUST ON REPURCHASE INTEREST IN AIR MARTAJASAH PRODUCTS AT PESAREAN SYAICHONA MOHAMMAD CHOLIL BANGKALAN

The rapid growth of the population in Indonesia causes the need for drinking water to become higher so that drinking water packaging companies have the potential to grow and develop. Martajasah Water is one of the bottled water products produced by CV. Familimart which is located at Pesarean Syaichona Mohammad Cholil Bangkalan Market. As a bottled water product, the Air Martajasah company must maintain and increase consumer confidence in order to survive and compete in the world industry. This study aims to determine the effect of consumer trust on repurchasing intention of Air Martajasah products at Pesarean Syaichona Mohammad Cholil Bangkalan Islamic Boarding School. The research method used is a quantitative method. The sample used in this study was 97 respondents who were obtained using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. Data collection was carried out using a questionnaire through the Google form. The data testing methods used in this study are validity test, reliability test, classic assumption test, simple linear regression analysis, coefficient of determination, and t test. Data calculations used SPSS 26 software. Based on the analysis of the data obtained, the results stated that consumer trust had a positive and significant influence on repurchase intention for Air Martajasah products at Pesarean Syaichona Mohammad Cholil, Bangkalan.

Keywords: Trust, Repurchase Intention

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK AIR MARTAJASAH DI PESAREAN SYAICHONA MOHAMMAD CHOLIL BANGKALAN

Pesatnya pertumbuhan populasi masyarakat di Indonesia menyebabkan kebutuhan terhadap air minum menjadi semakin tinggi sehingga perusahaan-perusahaan air minum kemasan memiliki potensi untuk tumbuh dan berkembang. Air Martajasah merupakan salah satu produk air minum kemasan yang diproduksi oleh CV. Familimart yang bertempat di Pesarean Syaichona Mohammad Cholil Bangkalan. Sebagai salah satu produk air minum kemasan, pihak perusahaan Air Martajasah harus menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen agar bisa bertahan dan bersaing dalam dunia industri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang pada produk Air Martajasah di Pesarean Syaichona Mohammad Cholil Bangkalan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 97 responden yang diperoleh menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner melalui *google form*. Metode pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, koefisien determinasi, serta uji t. Perhitungan data menggunakan software SPSS 26. Berdasarkan analisa data yang diperoleh, hasil menyatakan bahwa kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada produk Air Martajasah di Pesarean Syaichona Mohammad Cholil Bangkalan.

Kata Kunci : Kepercayaan, Minat Beli Ulang