

ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Handsanitizer Antis (Survei pada Konsumen Handsanitizer Antis Bandar Lampung)

Munculnya persaingan yang semakin ketat, membuat perusahaan harus dapat berkembang dan bertahan hidup. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah mempertahankan pelanggan yang telah ada, dengan terus menggarap konsumen potensial baru agar jangan sampai konsumen meninggalkan perusahaan. Salah satu persaingan bisnis usaha yang pesat pada saat ini adalah produk handsanitizer, yang membuat para produsen bersaing untuk mempertahankan produknya dengan berbagai macam merek-merek yang beragam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian handsanitizer antis di Bandar Lampung. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen handsanitizer antis. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepercayaan Merek

ABSTRACT

The Effect of Brand Image and Brand Trust on Purchasing Decisions on Antis Hand Sanitizer Products

(Survey of Antis Handsanitizer Consumers in Bandar Lampung)

The emergence of increasingly fierce competition, makes companies must be able to develop and survive. One of the important things that every company needs to do and pay attention to is retaining existing customers, by continuing to work on new potential customers so that consumers don't leave the company. One of the fast business competition at this time is hand sanitizer products, which make manufacturers compete to maintain their products with a variety of various brands. This study aims to determine the effect of brand image on purchasing decisions and to determine the effect of brand trust on purchasing decisions of antis hand sanitizer in Bandar Lampung. The sample in this study were consumers of antis hand sanitizer. This study uses multiple linear regression and the sample used is 100 people. The results of this study indicate that brand image has a positive effect on purchasing decisions. Brand trust has a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Brand Trust and Brand Trust