

Abstract

The abstract of this research aims to determine the influence of product and brand trust on the decision to purchase formula milk in Tanjung Senang sub-district. In this research, primary data was obtained directly from respondents by filling out a questionnaire. The sampling technique used in this research was purposive sampling with the largest sample size of 110 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The research results show that (1) the product has a positive and significant effect on the decision to purchase formula milk in Tanjung Senang sub-district. (2) brand trust has a positive and significant effect on the decision to purchase formula milk in Tanjung Senang sub-district. (3) product and brand trust have a positive and significant effect on the decision to purchase formula milk in Tanjung Senang sub-district. It is hoped that the suggestions that researchers can give to formula milk brands will further increase brand intention and brand trust because in this research the variable that has a greater influence on purchasing decisions is the brand trust variable. In this way, brand trust is good, purchasing decisions will also be better and increase.

Keywords: *Products, Brand Trust, Purchase Decisions*

Abstrak

Abstrak penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian susu formula di kecamatan Tanjung Senang. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang di dapat langsung dari responden dengan melakukan pengisian kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan jumlah sampel terbanyak 110 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian susu formula di kecamatan Tanjung Senang. (2) kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian susu formula di kecamatan Tanjung Senang. (3) produk dan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian susu formula di kecamatan Tanjung Senang. Saran yang dapat peneliti berikan diharapkan kepada merek susu formula untuk lebih meningkatkan lagi brand intention kepercayaan merek karena dalam penelitian ini variable yang lebih besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah variable kepercayaan merek. Dengan demikian baik kepercayaan merek maka keputusan pembelian juga akan semakin baik dan meningkat.

Keywords: Produk, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian