

ABSTRAK

NINDI ALFRIATI, 7115030221, Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk AQUA (Studi pada Masyarakat Lingkungan Garu V Kelurahan Harjosari I Medan). Skripsi Fakultas Ekonomi, UISU, 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen pada produk Aqua. (2) Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen pada produk Aqua. (3) Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen pada produk Aqua. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuisioner/angket, pengukurannya menggunakan Skala Likert dan diolah secara statistik dengan menggunakan program *Statistical for Product and Service Solution (SPSS)* versi 20. Pengujian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji T dan Uji F, Determinasi. Pengaruh signifikan dibuktikan dari nilai $F_{hitung} = 52.673$ yang artinya signifikan karena lebih besar dari $F_{tabel} = 3.09$. dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 berarti Kepercayaan Konsumen dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Konsumen (X1) dan Citra Merek (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen produk Aqua pada Masyarakat Lingkungan Garu V Harjosari I Medan.

Kata Kunci : Kepercayaan Konsumen, Citra Merek, Minat Beli

ABSTRACT

NINDI ALFRIATI, 7115030221, The Influencer of Consumer Trust and Brand Image on Consumer Purchase Interest in AQUA Products (Case Study of The Garu V Neighborhood Community Harjosari I Medan District). Thesis of the Faculty of Economics UISU, 2019.

This study aims to: (1) to Determine the Effect of Consumer Trust on Consumer Purchase Interest on Aqua Products (2) To Determine the Effects of Brand Image on Consumer Purchase Interest on Aqua Products (3) To determine the Effect of Consumer Trust and Brand Image on Consumer Purchase Interest on Aqua. The number of samples in this study were 96 people. The primary data in this study were obtained by distributing questionnaires measuring using a Likert Scale and digging statistically using the Statistic for Product and Service Solution (SPSS) version 20. Tests used in this study are Validity Test, Reability Test, Multiple Linear Regression Test, Classic Assumption Test, T test F Test, Determination. Based on the result of the f test, it shows that the calculated value is $52,673 > F_{table} 3.09$ and the significant level for Ftest is $0,000 < 0,05$. Means Consumer Trust and Brand image have a positive and significant effect on Consumer Purchase Interest. This shows that Consumer Trust (X1) and Brand Image (X2) have a significant effect on Consumer Purchase Interest of Aqua products in the Garu V Harjosari I Medan.

Keywords: Consumer Trust, Brand Image, Consumer Purchase Interest.