

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND SANITIZER* MEREK ANTIS DI
PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

Oleh

Luh Putu Vaniraswami Asride Pramana 1717041110

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek dan *brand trust* baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian *hand sanitizer* merek Antis di Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 110 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Citra merek dan *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *hand sanitizer* merek Antis. (2) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *hand sanitizer* merek Antis. (3) *Brand trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *hand sanitizer* merek Antis.

Kata-kata kunci : citra merek, *brand trust*, keputusan pembelian

Abstract

This research is meant to analyze the influence of brand image and brand trust simultaneously or partially on the purchasing decision of Antis hand sanitizer in the Management major of the Ganesha University of Education. The research design used is causal quantitative research. Determination of the sample in this study using purposive sampling technique. The number of samples was 110 respondents. The instrument that used in data collection is a questionnaire and the data analysis technique that use in this research is multiple linear regression analysis. The results of this research are: (1) Brand image and brand trust have a significant effect on purchasing decisions for Antis hand sanitizers. (2) Brand image has a significant effect on purchasing decisions for Antis hand sanitizers. (3) Brand trust has a significant effect on purchasing decisions for Antis hand sanitizers.

Keywords: *brand image, brand trust, purchasing decision*