

ABSTRAK

Tri Widiarty, 2020, “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Legacy Dikota Metro Prodi Manajemen”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing: (1) Ery Baskoro, S.E., M.M dan Pembimbing (2) Fitriani, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah citra merek, kepercayaan dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Distro Legacy.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui variabel dependen dan independen dengan alat bantu program komputer yaitu SPSS 22 For Windows.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah 1) Variabel citra merek tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 2) variabel kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) variabel harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 4) secara simultan variabel citra merek, kepercayaan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro Legacy.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan, Harga Dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Tri Widiarty, 2020, "The Effect of Brand Image, Trust and Price on Purchasing Decisions in Metro Distro Legacy in Management Study Program City". Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Metro University. Supervisor: (1) Ery Baskoro, S.E., M.M and Supervisor (2) Fitriani, S.E., M.M.

This study aims to determine whether brand image, trust and positive influence the purchase decision on Distro Legacy.

The research method used is qualitative research. In this study the analytical tool used is multiple linear regression analysis to determine the dependent and independent variables with the help of a computer program that is SPSS 22 For Windows.

The results of research conducted by researchers are 1) Variable brand image does not have a positive effect on purchasing decisions, 2) trust variables simultaneously influence purchase decisions, 3) price variables simultaneously influence purchase decisions, 4) simultaneously brand image variables, trust and the price influences the purchase decision on the Distro Legacy.

Keywords: Brand Image, Trust, Price and Purchasing Decisions