

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Trust* (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) baik secara simultan maupun secara parsial pada Yoghurt Freshtime di KPSBU Lembang . Metode Penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 79 responden. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan penyebaran kuisioner. Dan untuk metode analisis yang digunakan meliputi regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan maupun secara parsial. Secara simultan pengaruh *Brand Trust* (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 71% Sedangkan secara parsial *Brand Trust* (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) memberikan pengaruh sebesar 37,1% dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) memberikan pengaruh sebesar 34,1% dapat disimpulkan bahwa *Brand Trust* (X1) dan Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Yoghurt Freshtime di KPSBU Lembang.

Kata kunci : *Brand Trust*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Brand Trust (X1) and Product Quality (X2) on Purchasing Decisions (Y) both simultaneously and partially on Freshtime Yogurt at KPSBU Lembang. The research method used was a descriptive and verifiative method with a sample of 79 respondents. As for the data collection techniques used in this study, namely observation, interviews and distribution of questionnaires. And for the analysis methods used include multiple linear regression, multiple correlation and coefficient of determination. The results of this study show that there is a positive and significant influence simultaneously or partially. Simultaneously, the influence of Brand Trust (X1) and Product Quality (X2) on Purchasing Decisions (Y) is 71%, while partially Brand Trust (X1) affects Purchasing Decisions (Y) has an influence of 37.1% and Product Quality (X2) affects Purchasing Decisions (Y) has an influence of 34.1% It can be concluded that Brand Trust (X1) and Product Quality (X2) have a significant influence on Purchasing Decisions (Y) on Freshtime Yogurt at KPSBU Lembang.

Key word : Brand Trush, Product Quality, Buying Diction