

ABSTRAK

PENGARUH BRAND IMAGE , BRAND TRUST DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEVISI SAMSUNG DI TOKO HARTONO ELEKTRONIK SURABAYA

Oleh :

Gita Suganda

Dosen Pembimbing :

Dr. Ec. R. Agus Baktiono, SE., MM

Tingginya pertumbuhan pengguna televisi membuat produsen industri elektronik televisi saling bersaing untuk memahami kebutuhan pasar, sehingga sangat penting untuk memahami faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di Toko Hartono Elektronik Surabaya dengan tujuan untuk mengetahui (1) pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian (2) pengaruh brand trust terhadap keputusan pembelian (3) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian (4) pengaruh brand image , brand trust , harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel 97 responden dan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan variabel dalam penelitian ini. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS ver. 26.00. Berdasarkan hasil penelitian ini adalah brand image , brand trust dan harga berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image , Brand Trust , Harga, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST AND PRICES ON SAMSUNG TELEVISION PURCHASE DECISIONS AT HARTONO ELEKTRONIK STORE SURABAYA

By :

Gita Suganda

Advisor :

Dr. Ec. R. Agus Baktiono, SE., MM

The high growth of television users makes television electronics industry manufacturers compete with each other to understand market needs, so it is very important to understand the factors that influence purchasing decisions. This research was conducted at the Hartono Electronic Store in Surabaya with the aim of knowing (1) the influence of brand image on purchasing decisions (2) the influence of brand trust on purchasing decisions (3) the effect of price on purchasing decisions (4) the influence of brand image, brand trust, price in general. together with the purchase decision. This is a quantitative study with a sample of 97 respondents and a questionnaire was used to collect data related to the variables in this study. Data processing in this study using SPSS ver. 26.00. Based on the results of this study, brand image, brand trust and price have a significant effect partially and simultaneously on purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Brand Trust, Price, Purchase Decision*