

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RANGKAIAN *BODYCARE*
SCARLETT WHITENING DI JOMBANG**

ABSTRAK

Oleh

**AYU PRAMUTIARA SARI
1961178**

Dosen pembimbing :

WENDA WAHYU C, SE.,MM

Brand image dan *brand trust* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Brand image* yang baik akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan melalui peningkatan penjualan karena adanya *brand trust* dari konsumen terhadap produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian pada rangkaian *bodycare scarlett whitening* di Jombang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Responden yang digunakan sebanyak 103 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada konsumen *bodycare scarlett whitening* di Jombang. Kategori penilaian menggunakan skala *likert*'s dan jawaban dari responden diolah menggunakan *software SPSS 26 for windows* dengan analisis deskriptif, regresi berganda, uji asumsi klasik, uji t, dan uji R^2 .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan *brand trust* memberikan kontribusi/memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian rangkaian *bodycare scarlett whitening*. Sehingga semakin baik /tinggi *brand image* dan *brand trust* maka semakin tinggi pula keputusan pembelian.

Kata kunci : *Brand trust, brand image, keputusan pembelian*

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON
PURCHASE DECISIONS IN BODYCARE RANGE
SCARLETT WHITENING IN JOMBANG**

ABSTRAC

By

**AYU PRAMUTIARA SARI
1961178**

Supervisor :

WENDA WAHYU C, SE.,MM

Brand image and brand trust are factors that can influence consumer purchasing decisions. A good brand image will have a positive impact on the company so that it will provide benefits for the company through increased sales due to brand trust from consumers towards the product. to determine the effect of brand image on purchasing decisions and brand trust on purchasing decisions at the bodycare scarlett whitening series in Jombang. This study uses a quantitative research method. The respondents used were 103 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires to consumers of bodycare scarlett whitening in Jombang. The assessment category used a Likert's scale and answers from respondents were processed using SPSS 26 software for windows with descriptive analysis, multiple regression, classic assumption test, t test, and R2 test.

The results of this study indicate that the variables brand image and brand trust contribute/have a positive and significant influence on purchasing decisions for the Scarlett Whitening bodycare range. So the better/higher the brand image and brand trust, the higher the purchase decision.

Keywords: *Brand trust, brand image, purchase decision*