

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine how much influence brand trust, brand image and brand loyalty have on purchasing decisions. The data collection method is through surveys and distributing questionnaires, with a sample of 80 respondents obtained by Ferdinand by means of the number of indicators multiplied by 5. The sampling technique is using non-probability sampling with purposive sampling. The analytical methods used are descriptive analysis and multiple linear regression analysis using SPSS 21.*

*Based on data processing, the results show that Brand Trust does not have a positive effect on Purchase Decisions, Brand Image has a positive effect on Purchase Decisions, Brand Loyalty has no positive effect on Purchase Decisions and together Brand Trust, Brand Image, Brand Loyalty have a positive effect on Purchase Decisions.*

***Keywords: Brand Trust, Brand Image, Brand Loyalty And Purchase Decision***

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh kepercayaan merek, citra merek dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisisioner, dengan sampel 80 responden yang di dapat dengan Ferdinand dengan cara jumlah indikator dikali 5. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *non probability* sampling dengan *purposive* sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 21.

Berdasarkan pengolahan data Hasil menunjukkan bahwa Kepercayaan Merek tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, Loyalitas Merek tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dan secara bersama Kepercayaan Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata kunci: Kepercayaan Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek Dan Keputusan Pembelian**