

ABSTRAK

Puput Nurfalalah, NIM 3402200128. Pengaruh *Brand Trust* Dan *Service quality* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Biji Ciamis). Dibawah bimbingan Bapak Dr. Apri Budianto, Drs., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Marlina Nur Lestari S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Brand Trust* Dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Biji Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1) Bagaimana pengaruh *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kopi Biji Ciamis? 2) Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kopi Biji Ciamis? 3) Bagaimana pengaruh *brand trust* dan *service quality* terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Kopi Biji Ciamis? Adapun tujuan penelitian adalah 1) Untuk Mengetahui Besaran Pengaruh *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kopi Biji Ciamis 2) Untuk Mengetahui Besaran Pengaruh *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kopi Biji Ciamis 3) Untuk Mengetahui Besaran Pengaruh *Brand Trust* dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kopi Biji Ciamis.

Metode Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Adalah Metode Yang Bersifat Deskriptif Dengan Pendekatan Kuantitatif. Sedangkan Untuk Menganalisis Data Menggunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi, Uji T, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linier Berganda, Dan Uji F.

Hasil Penelitian Ini Menunjukkan : 1) *Brand Trust* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kopi Biji Ciamis Dengan Besar Pengaruh 77% dan Sisanya 23% Dipengaruhi oleh faktor lain. 2) *Service Quality* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kopi Biji Ciamis Dengan Besar Pengaruh 73,7% dan Sisanya 26,3% Dipengaruhi Oleh Faktor Lain. 3) *Brand Trust* Dan *Service Quality* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kopi Biji Ciamis.

Kata Kunci : *Brand Trust*; *Service Quality*; Keputusan Pembelian