

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Suatu Studi pada Toserba Yogya HZ Tasikmalaya)**

Oleh:

**FEBY NURVIZAN
NIM. 3402150293**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya tingkat keputusan konsumen untuk membeli produk yang ada di Toserba Yogya Ciamis yang dapat dilihat dari masih ada konsumen yang beranggapan bahwa harga produk yang dipasarkan oleh Toserba Yogya Ciamis masih cukup mahal. Hal tersebut diakibatkan oleh belum optimalnya kepercayaan konsumen terhadap produk yang ada di Toserba Yogya Ciamis serta masih ada konsumen yang beranggapan bahwa keragaman produk yang dipasarkan belum sepenuhnya lengkap. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Yogya Ciamis?; 2) Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Yogya Ciamis?; 3) Bagaimana pengaruh kepercayaan merek dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Yogya Ciamis?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yakni metode penelitian kuantitatif. Jumlah populasi yang akan dijadikan objek penelitian adalah jumlah Pengunjung Yogya Ciamis selama tiga bulan terakhir yaitu Periode Bulan November-Januari 2019 dengan rata-rata konsumen sebanyak 1.651 orang. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 94 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket.

Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: 1) Kepercayaan merek pada Toserba Yogya HZ Mustofa Tasikmalaya sudah tinggi karena telah sesuai dengan indikator-indikator dalam penelitian yang menunjukkan sudah tinggi. Begitu pula berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian pada Toserba Yogya HZ Mustofa Tasikmalaya. Artinya apabila kepercayaan merek sudah tinggi maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat; 2) Keragaman produk pada Toserba Yogya HZ Mustofa Tasikmalaya sudah beragam karena telah sesuai dengan indikator-indikator dalam penelitian ini yang menunjukkan sudah beragam. Begitu pula berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Toserba Yogya HZ Mustofa Tasikmalaya. Artinya apabila keragaman produk sudah beragam maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat; 3) Keputusan pembelian konsumen pada Toserba Yogya HZ Mustofa Tasikmalaya adalah tinggi karena telah sesuai dengan indikator-indikator dalam penelitian ini yang menunjukkan tinggi. Begitu pula berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif kepercayaan merek dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Toserba Yogya HZ Mustofa Tasikmalaya. Artinya apabila kepercayaan merek sudah tinggi dan produk sudah beragam maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

Kata Kunci: Kepercayaan Merek, Keragaman Produk dan Keputusan Pembelian