

## ABSTRAK

**Muhammad Faisal Anggara. NIM 3402200311. Pengaruh *Brand image* dan *Customer Trust* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Kasus Pada Kopi Janji Jiwa Ciamis). Dibawah Bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E., M.M. Selaku (Pembimbing I) Bapak Muhammad Zaki Rahman, S.Ag., M.Ag., M.M. Selaku (Pembimbing II).**

Penilaian kesuksesan dalam mencapai target penjualan yang tinggi bagi sebuah perusahaan dapat diukur dari peningkatan Keputusan pembelian. Untuk mencapai Keputusan pembelian, perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku tersebut, seperti *Brand Image* dan *Customer Trust*. Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Brand Image* dan *Customer Trust* Terhadap Keputusan Pembelian. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1) Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kopi Janji Jiwa Ciamis. 2) Bagaimana pengaruh *Customer Trust* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kopi Janji Jiwa Ciamis. 3) Bagaimana pengaruh *brand image* dan *Customer Trust* terhadap keputusan pembelian pada Kopi Janji Jiwa Ciamis. Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kopi Janji Jiwa Ciamis. 2) Untuk mencari tahu seberapa besar Pengaruh *customer trust* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kopi Janji Jiwa Ciamis. 3) Untuk mencari tahu seberapa besar Pengaruh *brand image* dan *customer trust* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kopi Janji Jiwa Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 2.598 responden dan 96 sampel. Untuk metode menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis deskriptif dan verifikatif. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *Brand Image* termasuk dalam interpretasi kategori Tepat. *Customer Trust* termasuk dalam interpretasi kategori Tepat. Keputusan Pembelian termasuk interpretasi kategori Tepat. Hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa :1) *Brand Image* pada Keputusan Pembelian sebesar 26,33% sedangkan 73,67% dipengaruhi faktor lain; 2) *Customer Trust* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 69% sedangkan 31% dipengaruhi faktor lain; 3) *Brand Image* dan *Customer Trust* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 69,88% sedangkan 30,12% sisanya dipengaruhi faktor lain. Adapun saran dari penelitian ini adalah 1) *Brand Image* pada Kopi Janji Jiwa Ciamis sudah Tepat, namun agar di pertahankan dan lebih ditingkatkan. 2) *Customer Trust* pada Kopi Janji Jiwa Ciamis sudah Tepat, namun agar dipertahankan dan lebih ditingkatkan. 3) Keputusan Pembelian pada Kopi Janji Jiwa Ciamis sudah Tepat, namun agar dipertahankan dan lebih ditingkatkan. 4) Bagi pihak lain untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambah kajian variabel yang akan diteliti.

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