

Consumer Trust And Purchase Decision On Laptop Acer

By Dera Ayu Pratiwi

Abstract

This research is using quantitative study aimed to see whether there are influence of quality product and brand image on purchase decision through consumer trust on laptop Acer. A population in this research is Citizen 07 Jatijajar Depok. The sample size was taken as many as 75 respondents, with purposive sampling. The analysis technique used is Partial Least Square with a significant level of 5%. The results of these tests indicate that, (1) there is a significant influence of quality product on purchase decision, (2) there is a significant influence of quality product on purchase decision through consumer trust, (3) there is a significant influence of brand image on purchase decision and (4) there is a significant influence of brand image on purchase decision through consumer trust.

Keywords : product quality, brand image, consumer trust, purchase decision

Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Pada Laptop Acer

Oleh Dera Ayu Pratiwi

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen pada laptop Acer. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Warga RW07 Jatijajar Depok. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 75 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah *Partial Least Square* dan signifikansi 5%. Hasil dari pengujian diperoleh (1) terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (2) terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen, (3) terdapat pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian dan (4) terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen.

Kata Kunci : kualitas produk, citra merek, kepercayaan konsumen, keputusan pembelian