

Hani Machfudoh ,09311035, **Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Citra merek Terhadap Niat Beli Sabun Muka Pond's**, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Agustus, 2013.

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek terhadap niat beli pada produk sabun muka Pond's dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi niat beli pada sabun muka Pond's di Kabupaten Gresik. Penelitian ini digunakan sampel berjumlah 100 orang yang diambil dari tempat perbelanjaan di tiga kecamatan kota Gresik yang diperoleh dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS/Windows.V.15. pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F, keduanya pada level signifikan 5%. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel *Brand Trust* dengan koefisien regresi sebesar 0,321 lalu variabel *Brand Image* dengan koefisien regresi sebesar 0,284. Sedangkan variabel yang pengaruhnya paling rendah adalah Kualitas Produk dengan koefisien regresi sebesar 0,192. Model persamaan ini memiliki nilai F hitung sebesar 14,769 dan dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena F hitung lebih besar dari F tabel (2,699) dan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu niat beli.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kepercayaan Merek , Citra Merek dan Niat Beli

*Hani Machfudoh, 09311035, Effect of Product Quality, Brand Trust and Brand Image Of Purchase Intention Pond's Face Soap, Management, Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, August, 2013.*

### **ABSTRACT**

*This study aimed to determine the effect of product quality, brand trust and brand image on purchase intention in the face of Pond's soap products and analyze the most dominant factor in affecting purchase intention on Pond's face soap in Gresik regency. This study used a sample of 100 people taken from shopping in three city districts Gresik obtained using non probability sampling technique. Analysis tool used is by using multiple linear regression with the help SPSS/Windows.V.15. hypothesis testing using the t test and F test, both significant at the 5% level. Individual sequence of each of the most influential variable is the variable Brand Trust with regression coefficients of 0.321 and Brand Image with variable regression coefficient of 0.284. While most low-variables that influence is Quality Products with regression coefficient of 0.192. This equation models have calculated F value of 14.769 and a significance level of 0.000. Because the calculated F is greater than F table (2,699) and with a smaller significance level of  $\alpha$  (0,05). It shows that the independent variables in this study jointly influence the dependent variable purchase intention.*

*Keywords: Quality Products, Brand Trust, Brand Image and Purchase Intention*