

**PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, SERTA KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK HAND SANITISER SANITER (STUDI KASUS DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA MASYARAKAT KOTA SURABAYA)**

Nama : Kristiro Ningsih Umul Muslimat  
NIM : 1011710049  
Pembimbing : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh *brand image*, *brand trust*, serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *hand sanitiser* Saniter di Surabaya. Variabel independen pada penelitian ini adalah *brand image*, *brand trust*, serta kualitas produk, dan variabel dependen pada penelitian ini adalah minat beli. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan cara *purposive sampling* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada 100 orang responden. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa *brand image*, *brand trust*, serta kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli. Untuk meningkatkan minat beli pelanggan, perusahaan harus memberikan perhatian besar pada kualitas produk karena kualitas produk merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap minat beli.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, *Brand Trust*, Kualitas Produk, Minat Beli



*~Halaman Sengaja Dikosongkan~*



***EFFECTS OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST, AND THE QUALITY  
PRODUCT OF HAND SANITIZER SANITER'S ON PURCHASE  
INTENTION (A CASE STUDY DURING THE COVID-19 PANDEMIC  
AGAINST SURABAYA CITY SOCIETY)***

*Student Name* : Kristiro Ningsih Umul Muslimat  
*Student Indentify Number* : 1011710049  
*Supervisor* : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to analyze the effect of brand image, brand trust, and product quality on purchasing decisions for hand sanitiser Sanitary products in Surabaya. The independent variables in this study are brand image, brand trust, and product quality, and the dependent variable in this study is buying interest. The sampling technique used in this study is non-probability sampling by purposive sampling using a quantitative approach. Methods of data collection by distributing questionnaires via google form to 100 respondents. The research data were analyzed using the SPSS 25 application. Based on the results of the research conducted, it showed that brand image, brand trust, and product quality had an effect on buying interest. To increase customer buying interest, companies must pay great attention to product quality because product quality is the most influential variable on buying interest.*

***Keywords:*** Brand Image, Brand Trust, Product Quality, Buying Interest



*~Halaman Sengaja Dikosongkan~*