

ABSTRAK

SYAMSUL.B.2023. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Secara Online Di Kabupaten Enrekang. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Andi Mappatempo dan Sherry Edelia Natsir Kalla

Tujuan penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap minat beli produk secara online di kabupaten Enrekang. Sampel ini di ambil dari kantor bupati enrekang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dengan observasi dan pembagian kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kepercayaan merek terhadap minat beli produk sepatu nike secara online di kabupaten enrekang yang telah dibahas sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan penting yaitu kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk sepatu nike.

Kata kunci : Kepercayaan Merek, Minat Beli

ABSTRACT

SYAMSUL. B. 2023. *The Effect of Brand Trust on Interest in Buying Products Online in Enrekang Regency. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by: .Andi Mappatempo, and Sherry Edelia Natsir Kalla.*

The purpose of this research is a type of quantitative research with the aim of knowing the effect of brand trust on the intention to buy products online in Enrekang district. This sample was taken from the Enrekang Regent's office. The type of data used in this study is quantitative data obtained from questionnaires that are distributed and related to the problem under study. Collecting data by observation and distribution of questionnaires. In this study, the data sources used in the collection of primary data and secondary data. The research instrument used in this study uses the Likert scale method. Based on the results of the study regarding the effect of brand trust on the intention to buy Nike shoe products online in Enrekang district which was discussed earlier, the authors draw an important conclusion, namely that brand trust has a positive and significant effect on the intention to buy Nike shoe products.

Keywords : Brand Trust, Purchase Intention