

## ABSTRAK

**UDIN, Tahun 2019**, Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Di bimbing oleh Pembimbing I Abdul Muttalib dan Pembimbing II Nasrullah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Strategi Kekuatan Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli pada Pt. Indofood Sukses Makmur Tbk

Pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan teknik *sampling insidental*. Populasinya adalah Masyarakat yang berbelanja di PT. Indofood Sukses Makmur, sedangkan sampel yang diambil berjumlah 50 responden. Hasil kuesioner telah diuji validitas dan reliabilitas, juga telah diuji asumsi klasik berupa asumsi normalitas, dan multikolonieritasnya. Metode analisis data menggunakan teknik regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis berpengaruh positif dan signifikan berdasarkan uji t. Ini berarti bahwa kepercayaan merek ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng bimoli pada PT. Indofood Sukses Makmur Makassar. Dari Uji F (simultan) menunjukkan bahwa kepercayaan merek ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng bimoli pada PT. Indofood Sukses Makmur Makassar

**Kata Kunci: Kepercayaan Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.**