

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek dan iklan rokok sampoerna terhadap minat pembelian. Objek penelitian ini adalah masyarakat yang mengkonsumsi produk rokok sampoerna yang berlokasi di Tajurhalang Bogor. Penelitian ini dilakukan terhadap 120 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis yang digunakan adalah analisis statistik linear berganda-SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji t kepercayaan merek dan iklan berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian pada masyarakat Tajurhalang Bogor.

Kata kunci : kepercayaan merek, iklan dan minat pembelian



ABSTRACT

This research is to find out the influence of brand trust and Sampoerna cigarette advertisements on purchasing interest. The object of this research is the people who consume Sampoerna cigarette products located in Tajurhalang, Bogor. This research was conducted on 120 respondents using a quantitative approach. The analysis used is multiple linear SPSS statistical analysis. The results of this study indicate that t-test brand trust and advertising have a significant effect on buying interest in the Tajurhalang community in Bogor.

Keywords: *Brand trust, advertising and purchase interest*

