

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Pengaruh Kepercayaan Merek, Country Of Origin dan Desain Produk terhadap Minat Beli Mitsubishi Xpander*. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang belum pernah membeli Mitsubishi Xpander, tetapi sudah mengetahui produknya. Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui secara jelas. Teknik sampling yang digunakan adalah Teknik hair dkk yang dimana indikator dikalikan 5 sampai 10. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 119 sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah teknis PLS (*Partial Least Square*) melalui software statistic SmartPLS, dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Merek, *Country Of Origin*, dan Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Mitsubishi Xpander.

**Kata Kunci:** Kepercayaan Merek, *Country of Origin*, Desain Produk, Minat Beli.



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of brand trust, country of origin and product design on purchase intention in Mitsubishi Xpander. Respondents in this study were people who had never bought a Mitsubishi Xpander, but already knew about the product. The population in this study is not clearly known. The sampling technique used is the Hair et al technique where the indicator is multiplied by 5 to 10. The number of samples in this study was 119 samples. The data analysis method used is PLS (Partial Least Square) technique through the SmartPLS statistical software, with the research instrument being a questionnaire. The results showed that Brand Trust, Country Of Origin, and Product Design had a positive and significant effect on Purchase Intention in Mitsubishi Xpander.*

**Keywords:** *Brand Trust, Country of Origin, Product Design, Purchase Intention.*

