

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh Kualitas Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Media Streaming di Jakarta Selatan. Penelitian melibatkan 120 responden menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan desain penelitian kausal dan alat analisis *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan *Smart-PLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas konten dan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, disisi lain tidak ditemukan signifikansi antara citra merek terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Konten, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research analyzes the influence of Brand Quality, Brand Image and Brand Trust on Streaming Media Purchase Decisions in South Jakarta. The research involved 120 respondents using quantitative methods with questionnaires as a data collection tool. The analysis used is multiple linear regression analysis with a causal research design and a Structural Equation Model (SEM) analysis tool using Smart-PLS. The result of this research found that content quality and brand trust had a positive and significant effect on purchase decision. On the other, it did not find significant between brand image on purchase decision.

Keywords: *Content Quality, Brand Image, Brand Trust, Purchase Decisions*

