

ABSTRAK

Adi Sigit Prayitno. *Pengaruh Threat Emotion Konsumen dan Brand Trust pada Keputusan Pembelian Susu Anlene di Purworejo.* Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Purworejo. 2016

Dalam membuat keputusan pembelian, konsumen selalu di kendalikan oleh kebutuhan atau motivasi. Banyak penelitian yang membuktikan bahwa bermacam bentuk motivasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Salah satu bentuk motivasi tersebut adalah *Threat Emotion*. Tidak banyak penelitian yang diadakan untuk menguji bagaimana emosi mempengaruhi keputusan pembelian. Perasaan takut mendatangkan tekanan batin dalam diri konsumen dan mendorong mereka untuk mengurangi tekanan dengan membuat keputusan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *Threat Emotion* dan *Brand Trust* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk susu Anlene di Purworejo

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen susu Anlene yang bertempat tinggal di Purworejo. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dengan sampel sebanyak 100 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *Likert* yang telah diuji coba dan memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan pengujian hipotesis dengan *SPSS versi 16*.

Hasil analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel *threat emotion* dan *brand trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *threat emotion, brand trust, keputusan pembelian.*