

ABSTRAK

Agus Prasetiyo. “Pengaruh *Threat Emotions* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Clear Di Purworejo.” Skripsi. Manajemen. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Purworejo. 2016

Tujuan penelitian ini adalah: (1) menguji pengaruh *threat emotions* terhadap keputusan pembelian shampo Clear di Purworejo dan (2) menguji pengaruh *brand trust* terhadap keputusan pembelian shampo Clear di Purworejo.

Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menggunakan produk shampo Clear di Kabupaten Purworejo. Sampel penelitian berjumlah 120 orang. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang sebelumnya telah di uji coba dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil regresi linier berganda dengan menggunakan uji signifikansi menunjukkan bahwa: (1) nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,449 dan *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$ artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara *threat emotions* terhadap keputusan pembelian; (2) nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,262 dan *p-value* sebesar $0,003 < 0,05$ artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara *brand trust* terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Threat Emotions*, *Brand Trust*, Keputusan Pembelian