

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, serta keinginan pasar yang semakin beragam, dan semakin banyaknya orang yang mencoba membangun bisnis untuk memenuhi keinginan pasar, menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan yaitu citra dan kepercayaan yang menjadi penentu pengambilan keputusan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *brand image* dan variabel *brand trust* terhadap keputusan pembelian Zanana Chips. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Dalam penelitian ini, sampel menggunakan rumus Bernoulli sehingga menghasilkan responden sebanyak 100 orang. Teknik sampling yang dipilih adalah *Non probability sampling (sampling insidental)*. Teknik Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis *brand image* dan *brand trust* memiliki pengaruh yang signifikan keputusan pembelian. Besarnya pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian Zanana chips mempunyai kontribusi atau pengaruh sebesar 82,8% sedangkan sisanya 17,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Image, Brand Trust, Keputusan Pembelian*