

RINGKASAN

Umar Seno Bayu Aji. C2C018012. Program Pascasarjana Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. Peran Mediasi *Brand Trust* Pada Pengaruh *Product Knowledge* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Kuliah Di Universitas Peradaban. Pembimbing utama Dr. Siti Zulaikha Wulandari, S.E., M.Si. Pembimbing Kedua Dr. Nur Choirul Afif, S.E., M.Si.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *product knowledge*, *brand trust*, *brand image* terhadap keputusan mahasiswa. Untuk menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan mahasiswa untuk kuliah di Universitas Peradaban yang dimediasi *brand trust*. Subyek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Peradaban Bumiayu tahun 2021. Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *proportionate stratified random sampling* dengan jumlah sampel 96 orang. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan sobel test.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa *product knowledge*, *brand trust* dan *brand image* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa. *Brand trust* dapat memediasi pengaruh *brand image* terhadap mahasiswa untuk kuliah di Universitas Peradaban. Artinya keputusan mahasiswa untuk kuliah di Universitas Peradaban dapat ditingkatkan secara tidak langsung melalui *brand trust*.

Kata Kunci : *Brand Trust; Product Knowledge; Brand Image*; Keputusan Mahasiswa

SUMMARY

Umar Seno Bayu Aji. C2C018012. *Post Graduate Program of General Soedirman University Purwokerto. The Mediation Role of Brand Trust on the Effect of Product Knowledge and Brand Image on Student Decisions to Study at the Universitas Peradaban. Main Advisor Dr. Siti Zulaikha Wulandari, S.E., M.Si. Second Advisor Dr. Nur Choirul Afif, S.E., M.Si.*

The purpose of this study is to analyze the effect of product knowledge, brand trust, brand image on student decisions. To analyze the effect of brand image on student decisions to study at the Universitas Peradaban mediated by brand trust. The subjects to be studied in this study are students of the Universitas Peradaban Bumiayu in 2021. The sampling technique in this study was carried out using a probability sampling technique, namely proportionate stratified random sampling with a sample of 96 people. The analytical tools used are multiple regression analysis and Sobel test.

The results showed that product knowledge, brand trust and brand image had a positive and significant influence on student decisions. Brand trust can mediate the influence of brand image on students to study at the Universitas Peradaban. This means that students' decisions to study at the Universitas Peradaban can be improved indirectly through brand trust.

Keywords: *Brand Trusts; Product Knowledge; Brand Image; Student Decision*