

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Brand Trust, Persepsi Konsumen dan Saluran Distribusi dalam mengambil Keputusan Pembelian produk mobil merek Honda di PT. Deli Kencana Medan IDK 1. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini sebanyak 150 responden dan dengan menggunakan rumus *slovin* diperoleh sampel sebanyak 109. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *simple random sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan wawancara, kusisioner dan studi dokumentasi. Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu $Y = 8,758X_1 + 0,546X_2 + 0,537 + 0,578X_3$. Nilai kolerasin (R) diperoleh sebesar 0,566 yang artinya terdapat hubungan kuat dan positif antar variabel bebas kepercayaan konsumen. Nilai koersasi determinasi (R^2) bahwa variabel bebas brand trust, persepsi konsumen, dan saluran distribusi mampu menjelaskan terhadap variabel dependen keputusan pembelian pada PT. Deli Kencana Medan IDK1 sebesar 56,6% sedangkan sisanya sebesar 43% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti. Hipotesis secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan perbandingan nilai $t_{hitung} > t_{tabel} >$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Kata kunci : Brand trust, Persepsi Konsumen, Saluran distribusi, Keputusan konsumen.