

Judul Penelitian : Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli dengan *Brand Trust* sebagai Variabel Mediasi Pada Tomoro Coffee Di Kediri

Dosen Pembimbing : Dr. Nur Hidayati, SE.,MM.,
CSRS., CSRA
: Zaenul Muttaqien., S.E., M.M
Nama Peneliti : Novita Fitriani
NPM : 22130210049

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen dengan brand trust sebagai variabel mediasi pada Tomoro Coffee Cabang Joyoboyo Kediri. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 96 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) melalui SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli serta *brand trust*. *Brand trust* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Dalam pengujian mediasi, *brand trust* tidak mampu memediasi pengaruh persepsi harga terhadap minat beli, namun mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen yang berdampak pada peningkatan minat beli. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris terkait peran brand trust sebagai variabel mediasi dalam industri *coffee shop*.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Minat Beli, *Brand Trust*