

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk pada sepatu sandal Crocs *original*, *brand trust* konsumen terhadap sepatu sandal Crocs *original* dan menghitung seberapa besar pengaruh kualitas produk sepatu sandal Crocs *original* terhadap *brand trust* konsumennya. Studi kasus dalam penelitian ini ditujukan pada pengguna sepatu sandal Crocs *original* di wilayah Bandung tahun 2018.

Penelitian ini bersifat deskriptif dan kausal, dengan responden sebanyak 100 orang. Responden berasal dari konsumen produk Crocs *original* yang berdomisili di wilayah Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Lalu skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana.

Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap *Brand Trust* sebesar 40,8%. Di samping itu, sisanya sebesar 59,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Brand Trust*, Regresi Linier Sederhana