

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ekuitas merek dan kualitas produk terhadap pembuatan keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening pada mahasiswa FEB Undip Semarang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEB Undip Semarang yang sudah pernah melakukan pembelian produk apple. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 142 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan alat analisis AMOS 26.0.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif terhadap Pembuatan Keputusan Pembelian. Ekuitas Merek berpengaruh positif terhadap Pembuatan Keputusan Pembelian. Ekuitas Merek berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Konsumen. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Pembuatan Keputusan Pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Konsumen.

Kata kunci: Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, Pembuatan Keputusan Pembelian.