

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Populasi yang digunakan adalah pelanggan yang pernah membeli produk kacamata di Optik Beta Semarang. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan teknik pemilihan sampel non-probability samplingnya menggunakan *accidental sampling*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap kepercayaan pelanggan. (2) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan. (3) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepercayaan pelanggan. (4) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. (5) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. (6) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. (7) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci :Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan, Keputusan Pembelian