

ABSTRAK

Di era globalisasi ini, teknologi akan terus mengalami kemajuan dalam segala aspek kehidupan sehari-hari termasuk *smartphone*. Komunikasi seluler telah menjadi bagian penting dari aktivitas sehari-hari setiap individu yang secara signifikan mempengaruhi perkembangan ponsel menjadi lebih pintar. Banyaknya jenis *smartphone* dari berbagai negara secara pesat mulai memasuki pasar Indonesia, hal ini membuat pelanggan memiliki banyak opsi *smartphone* yang dapat dipilih. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli *smartphone*. Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel diantaranya Nilai Guna Produk, Citra Negara Asal dan Getok Tular Elektronik terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dengan menggunakan Kepercayaan sebagai variabel moderasi. Fokus utamanya adalah pada *Gen Z* yang merupakan pengguna utama *smartphone*.

Untuk menganalisis hubungan antara Nilai Guna Produk, Citra Negara Asal dan Getok Tular Elektronik terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan, dikembangkan penelitian kuantitatif berdasarkan Teori Perilaku Pembeli. Sampel sebanyak 115 responden berusia 12-27 tahun yang tinggal di Indonesia diambil dalam penelitian ini. Teknik analisis data menggunakan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dan analisis struktural data melalui metode *Structural Equation Modeling (SEM)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai Guna Produk, Citra Negara Asal dan Getok Tular Elektronik berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. Kepercayaan juga terbukti secara signifikan memoderasi dan memperkuat korelasi antara Nilai Guna Produk, Citra Negara Asal dan Getok Tular Elektronik terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. Seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci : Nilai Guna Produk, Citra Negara Asal, Getok Tular Elektronik, Kepercayaan, Keputusan Pembelian Pelanggan