

ABSTRAK

Persaingan di dunia Optik semakin ketat maka setiap Optik diharuskan untuk memiliki keunggulan kompetitif untuk dapat memenangkan persaingan dan bertahan di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap kepercayaan pelanggan dan implikasinya terhadap keputusan pembelian produk pada Optik Gajahmada Semarang.

Jumlah sampel sebanyak 100 responden merupakan pelanggan Optik Gajahmada Semarang. Data diperoleh dari pertanyaan menggunakan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan tertutup dan terbuka. Jawaban responden kemudian dianalisis dengan regresi dua tahap menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for Social Science*) 21.0.

Berdasarkan analisis yang dilakukan bahwa citra merek dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan dengan koefisien regresi $Y_1 = 0,279X_1 + 0,633 X_2$. Sedangkan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi $Y_2 = 0,726 Y_1$.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Keputusan Pembelian.