

ABSTRAK

Persaingan pada industri *smartphone* yang semakin kompetitif mengakibatkan adanya penurunan *market share* yang terjadi pada *smartphone* Sony pada tahun 2013-2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Sony melalui kepercayaan pelanggan.

Jumlah sampel sebanyak 100 responden pengguna *smartphone* Sony pada mahasiswa Undip. Data diperoleh dari pertanyaan dengan 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*).

Berdasarkan analisis yang dilakukan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan dengan koefisien regresi $Y_1 = 0,343X_1 + 0,429 X_2$. Sedangkan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi $Y_2 = 0,559 Y_1$.

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