

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian cetakan continuous form dengan menggunakan kepercayaan merek sebagai variabel mediator (intervining) studi pada konsumen Jadi Jaya Group Semarang. Kualitas produk continuous form merupakan hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian pada Jadi Jaya Group. Strategi yang digunakan oleh Jadi Jaya Group untuk mempertahankan citra merek adalah melakukan inovasi baru dengan cetakan kertas berbasis *desain Security Printing* yang membuat perusahaan berbeda dengan pesaing dan meningkatkan kepercayaan merek.

Non probability sampling dipakai untuk pengambilan sampel. Data dikumpulkan dari 197 responden yang dipilih menggunakan pertimbangan yaitu harus memiliki kriteria pernah melakukan pembelian continuous form sebanyak dua kali pada percetakan Jadi Jaya Group, Semarang. Metode analisis adalah *Uji Maximum Likelihood* dengan program AMOS versi 21.0.

Hasilnya menunjukkan bahwa *kualitas produk dan citra merek* berpengaruh positif terhadap kepercayaan merek, namun kepercayaan merek tidak berpengaruh positif terhadap *keputusan pembelian*. Kemudian, *kualitas produk dan citra merek* berpengaruh positif terhadap *keputusan pembelian* continuous form pada Percetakan Jadi Jaya Group Semarang.

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