

## ABSTRAKSI

Kepercayaan dipandang sebagai suatu solusi terbaik yang dapat menjamin kesuksesan hubungan antara pemasok dan pengecer. Penelitian ini ingin meneliti bagaimana kepercayaan dibangun dan pengaruh kepercayaan itu sendiri dalam mencapai hubungan jangka panjang.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa model penelitian dapat diterima dengan *goodness of fit*, yaitu  $\chi^2 = 84,382$  ; probabilitas = 0,171 ; GFI = 0,918 ; AGFI = 0,882 ; TLI = 0,987 ; CFI = 0,989 ; CMIN/DF = 1,156 ; dan RMSEA = 0,033. Semua hipotesis dapat diterima setelah dilakukan analisis SEM. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa reputasi *Authorized dealer* dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pada *Authorized dealer*. Selanjutnya kepercayaan akan menimbulkan keinginan pengecer untuk menjalin hubungan jangka panjang.

**Kata kunci :** kepercayaan, reputasi, kualitas layanan dan hubungan jangka panjang