ABSTRAKSI

Oktavian Umbu Hunga Meha, Nomor Induk Mahasiswa 1152110109, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Judul penelitian "Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya pada Kepercayaan Pelanggan pada mahasiswa pengguna Smartphone Xiaomi (Studi pada mahasiswa jurusan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2016, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta)" 2018. Dosen pembimbing 1 Sauptika Kancana S.S. M.Si dan dosen pembimbing 2 Suratna M.AB.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya pada Kepercayaan Pelanggan. Jenis penelitian ini adalah *eksplanatori* dengan pendekatan Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan ukuran sampel sebanyak 50 responden. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur *(Path Analysis)*, untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan uji t dan uji sobel.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel Citra Merek (X) terhadap Kepercayaan Pelanggan (Y) pada Produk Xiaomi sebesar 0,720, terdapat pengaruh signifikan variabel Citra Merek (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) pada Produk Xiaomi sebesar 0,819 dan terdapat pengaruh signifikan variabel kepuasan pelanggan (Z) dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan (Y) pada produk Xiaomi 0,716. Adapun pengaruh tidak langsung citra merek (X) terhadap kepuasan pelanggan (Z) dalam meningkatkan kepercayaan (Y) pada produk Xiaomisebesar 5,52. Pengaruh yang paling besar yaitu pada variabel Citra Merek (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) pada Produk Xiaomi sebesar 0,819.

Dari penelitian ini yang harus dilakukan Perusahan Xiaomi harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas Citra Merek, Kepuasan Pelangganserta Kepercayaan Pelanggan dengan cara memperhatikan tiap-tiap indikator penelitian. Perusahan Xiaomi, perlu mempertahankan dan meningkatkan item-item yang memiliki nilai besar seperti, Produk Smartphone Xiaomi mempunyai teknologi yang moderen, Pelanggan merasa senang ketika menggunakan Smartphone Xiaomi, serta Perusahan Xiaomi harus meningkatkan Informasi tentang produk Smartphone Xiaomi mudah di jumpai dari pada produk Smartphone pesaing..

Kata Kunci : Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan