

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan  
Pembelian *Smartphone* Samsung Melalui Kepercayaan Konsumen  
(Survei pada Konsumen *Smartphone* Samsung di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Helen Siti Trianty  
NIM 141150207  
Mahasiswa Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta  
(helensiti3@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung melalui kepercayaan konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 110 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data deskriptif dan kuantitatif dengan analisis jalur (*path analysis*). Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, dan Keputusan Pembelian.