ABSTRAK

Dafina Amni. 2021. “Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UM Metro Angakatan 2017)”. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr. Suharto, S.E., M.M. Pembimbing (II) Nina Lelawati, S. E., M. M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah (Studi kasus pada Mahasiswa FEB UM Metro Angkatan 2017). Jenis penelitian ini yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa FEB UM Metro yang berlokasi di Jl. KH Dewantara No. 116 Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro – Lampung. Jumlah sampel sebanyak 70 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner dengan skala likert. Pengujian persyaratan instrument yang digunakan meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, uji homogenitas, uji linieritas dan keberartian regresi sebagai pengujian persyaratan analisis SEM (*Structural Equation Modeling)*, dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM (*Structural Equation Modeling).*

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modeling)* diperoleh citra merek berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen, citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian