

ABSTRAKSI

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat sekarang ini mengakibatkan banyak bermunculan merek-merek baru, dan mereka berusaha merebut pasar merek lama. Salah satu strategi agar suatu perusahaan mampu bersaing adalah dengan membangun citra yang baik di mata konsumen maupun publik. Untuk menarik minat beli, perusahaan melakukan berbagai cara agar keputusan pembelian konsumen dapat ditetapkan untuk merek yang dijualnya. Market share untuk penjualan motor skuter pada tahun 2009, Honda menempati peringkat kedua setelah Yamaha. Hal ini menimbulkan pertanyaan “Bagaimana pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian pada konsumen Honda Vario di Kota Semarang?”.

Model penelitian tersebut menunjukkan adanya 5 (lima) hipotesis. Teknik pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling*. Jumlah responden yang di tentukan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 100. Teknik analisis yang di pakai untuk menginterpretasikan dan menganalisis data dalam penelitian ini adalah dengan teknik *structural equation model* (SEM) dari *software* AMOS 16. Proses analisis yang dilakukan terhadap data penelitian yang diperoleh dari 100 responden. Hasil analisis data tersebut akan menjelaskan hubungan kausalitas antara variable yang sedang di kembangkan dalam model penelitian ini. Model yang di ajukan dapat diterima setelah asumsi – asumsi telah terpenuhi yaitu normalitas dan *standardized residual covariance* < 1,96. Sementara nilai *determinant of covariance matrixnya* 5,4353e-001.

Model pengukuran eksogen dan endogen telah di uji dengan menggunakan analisis konfirmatori. Selanjutnya model pengukuran tersebut di analisis dengan *structural equation model* (SEM) untuk model pengujian hubungan kausalitas antar variabel – variabel yang mempengaruhi dan di pengaruhi oleh citra merk, layanan purna jual, ketersediaan suku cadang, daya tarik iklan, minat beli dan keputusan pembelian telah memenuhi criteria *goodness of fit* yaitu *chi square* = 251,524; *probability* = 0,000; *GFI*= 0,806; *CFI*= 0,944; *TLI*= 0,933; *RSMEA*= 0,077; *CMIN/DF*= 1,582. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa model tersebut dapat diterima.

Kata kunci : citra merk, layanan purna jual, ketersediaan suku cadang, daya tarik iklan, minat beli dan keputusan pembelian