

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas, sikap konsumen dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. Studi dilakukan pada calon konsumen dari produk mobil Datsun di Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Adapun metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 22.0. Model dari penelitian ini telah memenuhi aturan Goodness of fit yaitu diantaranya: Chi square (125,125), probability (0,124), RMSEA (0,33), CMIN/DF (1,159), TLI (0,979) dan CFI (0,984).

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sikap konsumen berpengaruh negatif terhadap minat beli, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, serta minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, Citra Merek, Minat Beli, Keputusan Pembelian