

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi dan desain produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek terhadap sepeda motor matic merek Yamaha Mio di Kota Semarang.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen di Kota Semarang dimana respondennya telah melakukan pembelian sepeda motor matic merek Yamaha Mio sebanyak lebih dari 1 kali pembelian. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan menggunakan metode pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) yang diestimasi dengan program SEM AMOS 21.0.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang paling kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian, diikuti dengan kualitas produk, promosi dan kemudian desain produk yang juga memiliki pengaruh kuat dan signifikan terhadap citra merek.. Faktor citra merek merupakan unsur penting yang mampu mempengaruhi pembeli untuk melakukan keputusan pembelian. Sehingga semakin tinggi tingkat citra merek, maka semakin tinggi pula keputusan untuk melakukan pembelian pada produk dan jasa tersebut.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi, Desain Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.