

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, efektivitas iklan dan harga, terhadap keputusan pembelian yang dapat membangun kepuasan konsumen pada para pengguna motor Suzuki di Indonesia. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu kualitas produk, efektivitas iklan, dan harga. Kepuasan konsumen sebagai variabel dependen dan keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan motor Suzuki. Metode penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan SPSS 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu kualitas produk (0,334); Efektivitas periklanan (0,189); dan Harga (0,344) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Variabel intervening yaitu keputusan pembelian (0,755) memiliki pengaruh positif dengan variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Efektivitas iklan, Harga, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen