ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena munculnya berbagai merek-merek baru khususnya untuk kategori sepeda motor matic. Saat ini pangsa pasar sepeda motor matic di kuasai oleh yamaha mio. Hal ini menandakan semakin ketatnya persaingan di dunia pejualan sepeda motor dalam merebut pasar. Penelitian ini berujuan untuk menguji pengaruh variabel diferensiasi produk, citra merek dan preferensi merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Yamaha Mio di kota Semarang.

Jumlah sampel sebanyak 100 responden diambil dengan teknik *purposive sampling.* Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dimana analisis tersebut meliputi : uji validitas, uji reliabilitas, uji asmsi klasik, uji regresi linier bergannda, uji t, uji F, uji determinasi.

Hasil analisis regresi berganda menunjukan bahwa semua variabel independen diferensiasi produk (0,273), citra merek (0,330) dan preferensi merek (0,284) mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Kata kunci : diferensiasi produk, citra merek, preferensi merek, keputusan pembelian