

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bebek Yamaha dengan kepercayaan merek sebagai variabel mediator (intervening) dari studi pada konsumen sepeda motor bebek Yamaha di Semarang. Citra merek sepeda motor bebek Yamaha merupakan hal yang menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian kepada sepeda motor bebek Yamaha serta menciptakan kepercayaan merek. Yamaha juga harus mempertahankan keandalan dari motor bebek Yamaha dengan memilih bahan baku yang digunakan untuk komposisi pembuatan sepeda motor bebek yang terbaik. Menjaga kualitas produk dapat menciptakan rasa kepercayaan merek terhadap Yamaha, sehingga meningkatkan keputusan pembelian dari konsumen terhadap sepeda motor bebek Yamaha. Kualitas pelayanan juga bisa mempertahankan para konsumennya, dan berpengaruh terhadap kepercayaan merek suatu produk yang dihasilkan oleh Yamaha.

Penelitian ini mengambil sampel menggunakan teknik non probability sampling, yaitu responden yang pernah membeli dan menggunakan produk sepeda motor bebek Yamaha di Semarang. Pengumpulan data diperoleh dari 200 pengguna sepeda motor bebek Yamaha yang menetap di Semarang dengan cara memberikan kuesioner. Metode analisis adalah uji maximum likelihood yang menggunakan program Amos veris 20.0.

Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan merek dan juga keputusan pembelian terhadap sepeda motor bebek Yamaha.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan merek, keputusan pembelian.