

ABSTRAKSI

Saat ini, perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Agar orang dapat melakukan pekerjaan secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi. Salah satu sarana transportasi tersebut adalah mobil. Diantara berbagai jenis mobil, terdapat satu jenis yang paling banyak diminati konsumen, yakni kendaraan serba guna (*Multi Purpose Vehicle/MPV*). Saat ini mobil jenis MPV yang memiliki market share tertinggi yaitu Toyota Innova, yang menempati peringkat ke 1. Meskipun demikian, pada setiap tahun, market share Toyota Kijang Innova cenderung menurun. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen juga tertarik untuk melakukan pembelian merek lain selain Toyota Kijang Innova. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian ini seperti kualitas produk, citra merek, harga dan promosi.

Populasi dalam penelitian ini konsumen yang membeli Toyota Kijang Innova di Kota Semarang yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS Versi 13 menunjukkan bahwa : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian