

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi adanya penurunan penjualan sepeda motor merek Yamaha dalam kurun 2007 – 2012. Penurunan penjualan ini menunjukkan adanya penurunan keputusan pembelian konsumen pada produk sepeda motor merek Yamaha yang dikarenakan ketatnya persaingan dipasar. Selain itu juga dikarenakan Yamaha memiliki beberapa kendala yang dihadapi, diantaranya karena minimnya kapasitas produksi pabrik yg mereka miliki.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek , persepsi kualitas, dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha. Data penelitian ini dikumpulkan dari 100 responden sebagai pengambil keputusan pembelian (*decider*) sepeda motor merek Yamaha. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, dan menggunakan metode jenis *purposive sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji F, dan koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek, persepsi kualitas, dan harga mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga adalah variabel independen yang memiliki pengaruh terbesar terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata kunci: *Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Harga, Keputusan Pembelian*