

ABSTRAKSI

Penelitian ini di latarbelakangi oleh semakin banyaknya sepeda motor jenis matic yang di produksi oleh industri sepeda motor dengan berbagai fitur dan teknologi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi dan membutuhkan kendaraan praktis dalam aktivitas sehari-hari. Yamaha Mio adalah salah satu motor keluaran Yamaha yang berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan menciptakan sepeda motor matic yang mengedepankan kehandalan dan teknologi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh ekuitas merek (X1), kualitas produk (X2), dan persepsi harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Yamaha Mio di Semarang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan sepeda motor Yamaha Mio di kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 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.

Dari hasil analisis, indikator-indikator dan variabel dalam penelitian ini bersifat valid. Faktor yang paling dominan berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah ekuitas merek, kemudian diikuti variabel kualitas produk dan terakhir adalah persepsi harga. Koefisien determinasi yang terlihat pada *Adjusted R square* sebesar 0,606 yang berarti bahwa keputusan pembelian pengaruhnya dapat di jelaskan oleh ketiga variabel dalam penelitian ini yaitu ekuitas merek, kualitas produk dan persepsi harga sebesar 60,6% dan sisanya yaitu 39,4% dapat di jelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci : Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian