

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi karena terjadi perubahan dalam lingkungan bisnis seperti adanya pengembangan teknologi, persaingan global, dan pelanggan yang pandai khususnya dalam menentukan motor yang akan dibelinya. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan citra perusahaan terhadap minat beli.

Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan motor Suzuki di kota Semarang khususnya pelanggan PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang, karena beberapa tahun terakhir ini penjualan sepeda motor mengalami penurunan dari para pesaingnya. Setelah dilakukan tinjauan pustaka, dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui metode kuesioner yang disebar kepada 110 orang responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan analisis kualitatif menggunakan analisis regresi linier berganda dengan pengolahan data menggunakan *SPSS ver.17.0 for windows*. Kemudian dilakukan analisis dengan data yang ada menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi bergerak dan pengujian hipotesis menggunakan uji f dan uji t sehingga terdapat persamaan

$$Y = 0,283 X_1 + 0,396 X_2 + 0,306 X_3$$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan citra perusahaan berpengaruh positif terhadap minat beli. Variabel yang paling berpengaruh besar terhadap minat beli adalah nilai pelanggan dengan presentase sebesar 0,396 dan faktor yang paling kecil mempengaruhi minat beli adalah variable kualitas pelayanan adalah dengan presentase sebesar 0,283.

**Kata kunci : kualitas pelayanan, nilai pelanggan, citra perusahaan, dan minat beli**