

## ABSTRAKSI

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

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan sepeda motor Honda Vario 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 terhadap keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk, kemudian diikuti variabel citra merek dan terakhir adalah variabel harga. Koefisien determinasi yang terlihat pada *Adjusted R Square* sebesar 0,850 yang berarti bahwa keputusan pembelian pengaruhnya dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, harga, dan citra merek sebesar 85,0% dan sisanya yaitu 15,0% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.**