ABSTRAK

Persaingan industri sepeda motor yang sangat tinggi mendorong para produsen sepeda motor untuk makin gencar menampilkan segala macam keunggulan mereka agar dapat meraih perhatian konsumen. Selain melalui inovasi produk, untuk dapat *survive* dan bersaing di pasar produsen sepeda motor harus mampu untuk merancang suatu bentuk komunikasi yang efektif kepada konsumen salah satunya melauli iklan.

Penelitian ini diajukan untuk menganalisis apakah ada pengaruh efektivitas iklan dan inovasi produk terhadap *brand image* dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen pada iklan Suzuki Thunder 125 di kota Semarang. Untuk menguji model dan hipotesis digunakan metode SEM, sampel penelitian adalah 100 konsumen Suzuki Thunder 125 di kota Semarang yang diambil dengan metode *accidental sampling*.

Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa efektifitas iklan dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap *brand image*. Selanjutnya didapatkan hubungan yang positif antara *brand image* dengan minat beli.

Kata kunci : Efektivitas iklan, Inovasi produk, *Brand image*, Minat beli