

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Dimensi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Semarang”. Dalam rangka mewujudkan keputusan pembelian kearah positif *dipengaruhi oleh citra merek dan dimensi kualitas dari produk sehingga mampu mewujudkan keputusan pembelian*. Dimana tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Dimensi Kualitas Produk *terhadap keputusan pembelian sepeda motor vespa di semarang*. Adapun Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat di kota semarang yang berusia di atas 17 tahun dan pernah membeli sepeda motor vespa di semarang. Jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *Purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *citra merek(x1)*, daya tahan (x2), feature(x3), reliability(x4), service ability(x5) berpengaruh positif terhadap *keputusan pembelian(y)*,

Kata Kunci : *Citra merek, Daya tahan, Feature, Reliability, Service ability dan Keputusan pembelian*

ABSTRAK

This research entitled "The Influence of Brand Image and Product Quality Dimension To Purchase Decision in Semarang City". In order to realize the purchase decision towards the positive influenced by the brand image and quality dimensions of the product so as to make the purchase decision. Where the purpose of this study is to determine the effect of Brand Image and Product Quality Dimension to the decision of purchasing a motorcycle vespa in semarang. The population of this study is the community in the city of Semarang aged over 17 years and had bought a motorcycle vespa in semarang. The number of samples researched in this research is 100 respondents. The sampling technique is done through purposive sampling technique. Data analysis method used is multiple linear regression. The results of this study indicate that the variables of brand image (x1), durability (x2), feature (x3), reliability (x4), service ability (x5) have a positive effect on purchasing decisions (y)

Keywords: Brand image, Endurance, Feature, Reliability, Service ability and Purchase decision