

## **ABSTRAK**

Fenomena penelitian ini adalah munculnya produk teknologi industri kendaraan bermotor terbaru yaitu sepeda motor *matic* yang ramah lingkungan, irit bahan bakar dan desain yang menarik sehingga semakin memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Banyaknya jenis sepeda motor *matic* yang memberikan berbagai fitur lengkap membuat perusahaan berlomba-lomba mencari tahu apa yang dibutuhkan oleh masyarakat agar produk mereka dapat bersaing di pasaran. Salah satu perusahaan yang memproduksi sepeda motor *matic* adalah Yamaha Motor. Dari faktor diatas, dalam penelitian ini penulis mengemukakan bagaimana citra merek dan harga dari produk Yamaha berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian Yamaha Mio.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan verifikatif. Dalam metode pengolahan data penulis menggunakan analisis regresi linier berganda dan korelasi berganda, serta koefisien determinasi.

Hasil yang didapat dari penelitian menunjukkan bagaimana citra merek dan harga bagaimana citra merek dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian konsumen Yamaha Mio yaitu sebesar 61,9%. Sedangkan sisanya 48,1% variabel proses keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen dan secara parsial pun menunjukkan bahwa variabel citra merek dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Proses Keputusan Pembelian.**