

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh inovasi produk dan harga terhadap *brand image* dan seberapa besar pengaruh inovasi produk, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Metode pengumpulan data melalui survey dan mengedarkan kuisioner, dengan sampel 99 responden yang di dapat dengan rumus *slovin* pada populasi konsumen dealer Yamaha tahajja baru sebanyak 6670. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *random* sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis korelasi, regresi linear berganda dan analisis jalur (*Path Analysis*) menggunakan SPSS 20.

Hasil penelitian Ini menunjukkan Inovasi Produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* pada sepeda motor Yamaha tahajja baru dengan ( $\text{sig} < 0,5$ ) dan inovasi produk , harga serta *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan sepeda motor yamaha tahajja baru dengan  $\text{sig} > 0,5$

Kontribusi inovasi produk dan harga terhadap *brand image* adalah sebesar 48,1% sedangkan sisanya sebesar 51,9% dipengaruhi variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Serta inovasi produk, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sebesar 79,3%. Sedangkan sisanya sebesar 20,7% lagi dipengaruhi variable lain diluar penelitian.

**Kata kunci : keputusan pembelian, inovasi produk, harga, *brand image***