

## ABSTRAK

Perusahaan Yamaha merupakan perusahaan yang pertama kali mempopulerkan skuter matic dipasar Indonesia dengan meluncurkan produk Yamaha Mio pada tahun 2003 yang kemudian disusul oleh perusahaan pesaing dengan mengeluarkan motor matic pada tahun 2008. Berdasarkan survei *Top Brand Index* pada kategori motor matic, dari tahun 2012 hingga 2015 Yamaha Mio berada peringkat pertama dan mengalahkan pesaingnya. Walaupun Yamaha Mio menempati posisi pertama dalam *top brand award*, namun tidak membuat penjualan Yamaha Mio mengungguli dan mengalahkan pesaingnya. Seiring berjalannya waktu motor Yamaha Mio mengalami penurunan jumlah pembelian oleh konsumen. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio di Kota Bandung.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Yamaha Mio di Kota Bandung yang pernah menggunakan motor Yamaha Mio. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *Purposive sampling*.

Berdasarkan hasil uji t, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio di Kota Bandung. Berdasarkan hasil uji determinasi menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 57.8%, dimana sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci : Yamaha Mio, Citra Merek, Keputusan Pembelian**