**ABSTRAK**

Fransiscus Giovanni Winata / 70150121 / Pengaruh Inovasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Go-Jek di Jakarta Utara / Pembimbing : Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Penggunaan transportasi di Jakarta terus meningkat, baik kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Namun Masalah Ibukota Jakarta bisa menjadi faktor penghambat dan sangat mengganggu warga Jakarta dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Seiring meningkatnya perkembangan teknologi dan penggunaan smartphone di indonesia maka, hal ini disikapi oleh entrepreneur dengan menciptakan transportasi berbasis aplikasi online sebagai alternatif yang praktis dan memudahkan warga Jakarta dalam melakukan aktivitasnya.

Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi dari inovasi produk dan citra merek, dan keputusan pembelian. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara inovasi produk dengan keputusan pembelian, citra merek dengan keputusan pembelian.

Obyek penelitian ini adalah Go-Jek. Sampel penelitian ini adalah orang-orang yang menggunakan aplikasi Go-Jek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui media *Google* *Form* untuk memperoleh 100 responden. Teknik pengambilan data dengan *judgement sampling*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, tetapi variabel citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Go-Jek di Jakarta Utara.

Kata Kunci : Innovasi Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.