

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN MOBIL MAZDA DI KOTA SEMARANG**

LAPORAN SKRIPSI

Oleh :
Venta Cerela Harjono

NIM : 20.D1.0001



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian mobil Mazda di Kota Semarang. Populasi penelitian adalah konsumen Mazda di Semarang, dengan sampel 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert melalui WhatsApp selama satu minggu. Pengujian validitas, reliabilitas, dan uji hipotesis dilakukan menggunakan software SPSS 26. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif dan inferensial regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Mazda di Kota Semarang. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian, Mazda

