

**ABSTRAK**

Judul : Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Intensi Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kutabumi Tangerang.  
Nama : Christoffer Pardosi  
Program Studi : S1 Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Intensi Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kutabumi Tangerang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah orang yang ingin membeli toyota avanza. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SEM (*Structural Equation Model*). Variabel independen terdiri atas Citra Merek, Harga Dan Promosi, variabel dependen terdiri atas Intensi Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra merek, harga, dan promosi berpengaruh bersama - sama secara positif dan signifikan terhadap intensi pembelian Toyota Avanza. Citra merek memiliki pengaruh paling dominan terhadap intensi pembelian (*purchase intention*) di Kutabumi Tangerang. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Intensi pembelian. Harga berpengaruh signifikan terhadap Intensi Pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Promosi, Intensi Pembelian

**ABSTRACT**

Title : *The Influence of Brand Image, Price and Promotion on Purchase Intention of a Toyota Avanza in Kutabumi, Tangerang.*  
Name : *Christoffer Pardosi*  
Study Program : *S1 Management*

*This study aims to determine the effect of brand image, price and promotion on the purchase intention of a Toyota Avanza in Kutabumi, Tangerang. The number of samples used in this study were 100 questionnaires. Respondents in this study are people who want to buy Toyota Avanza. The analytical tool used in this research is SEM (Structural Equation Model) analysis. The independent variable consists of Brand Image, Price and Promotion, the dependent variable consists of Purchase Intention*

*The results of this study indicate that brand image, price, and promotion together have a positive and significant effect on the purchase*

*intention of the Toyota Avanza. Brand image has the most dominant influence on purchase intention in Kutabumi, Tangerang. Promotion has a significant effect on purchase intentions. Price has a significant effect on Purchase Intention.*

*Keywords: Brand Image, Price, Promotion, Purchase Intention*