

**ABSTRAK**  
**PENGARUH CITRA MEREK PADA NIAT BELI KONSUMEN MOBIL**  
**PAJERO SPORT DI BANDAR LAMPUNG**

Oleh  
**RIO PANDUWINATA**

Banyaknya merek yang ada di pasar akan memberikan alternatif pilihan kepada konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk tidak hanya melihat produk dari segi kualitas, merek, maupun harga, tetapi juga citra merek yang melekat pada produk. Citra merek menjadi masalah sikap dan keyakinan konsumen. Citra merek yang baik di mata konsumen sangat diperlukan oleh perusahaan karena dapat merangsang terjadinya pengambilan keputusan dengan penyederhanaan tahapan keputusan yang diawali dengan niat beli.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek pada niat beli konsumen. Metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling* terhadap 100 responden. Uji instrumen dilakukan dengan dengan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

## **RIO PANDUWINATA**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif pada niat beli konsumen mobil Pajero Sport di Bandar Lampung, yang dilihat dari hasil uji signifikansi ( )  $< 0,05$  dengan pengaruh sebesar 0,699 ( ).

**Kata Kunci: Citra Merek, Niat Beli Konsumen**