

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI
HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KENDARAAN TOYOTA AVANZA DENGAN
CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PEMBELI TOYOTA AVANZA DI NASMOCO
PEMUDA SEMARANG)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Iqbal Herindra Kusuma
NIM. 12010116130257

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2021**