

**ANALISIS PENGARUH DARI PERSEPSI HARGA DAN
INOVASI PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Konsumen Apple di Jawa Tengah)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

MUHAMMAD FAZA ROKHMAT QANATAH

NIM. 12010120140227

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2025