

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED PRICE*, DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP *PURCHASE INTENTIONS* PADA
PRODUK PRIVATE LABEL**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Maria Rosari Sikteubun

NIM. 12010117140140

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2022