

**PENGARUH DIMENSI-DIMENSI EKUITAS MEREK
TERHADAP NIAT BELI MELALUI KESEDIAAN
KONSUMEN MEMBAYAR HARGA PREMIUM SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING.**

(Studi Mahasiswa Pengguna Iphone di Indonesia)



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Muhammad Reza Farid Nur Majid

12010118130193

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2022