

**STUDI PADA *BRAND PERSONALITY, SELF  
CONGRUENCE, PERCEIVED QUALITY,  
PERCEIVED PRICE* DAN PENGARUHNYA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PELANGGAN SEPATU VANS  
DI SEMARANG**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh :

**DEWANA NUR ARTAWAN**

**12010116130122**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2021**