

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE*  
*INTENTION* DENGAN *PERCEIVED VALUE*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi pada Konsumen Kopi Kenangan di Kota  
Semarang)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**ELA SAFIRA**

**NIM. 12010122140212**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2026**