PENGARUH HEDONISME SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA HUBUNGAN ANTARA HARGA DAN CITRA MEREK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE

(STUDI PADA MAHASISWA DAN MAHASISWI UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG)

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

RAKA ADITYA RIFQI MAAJID
NIM. 12010115140173

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022