ANALISIS PENGARUH FITUR, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(STUDI PADA PENGGUNA SMARTPHONE XIAOMI DI INDONESAI)

SKRIPSI

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

Disusun oleh:
WILLY REDZY FREDIANSYAH
NIM. 12010119120028

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023