

**Pengaruh *Brand Image* dan *Quality Perception* terhadap
Purchase Intention Dengan *Self Congruity* Sebagai
Variabel Mediasi pada Produk Smartphone Vivo 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 :

DIANA AGISTA
NIM. 12010117130137

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023