

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK HARGA DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(STUDI PADA KONSUMEN NESTLE PURE LIFE DI SEMARANG)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Gunawan Setiawan

NIM. 12010116130106

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2020