

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED PRICE*, DAN  
*PERCEIVED VALUE* TERHADAP *PURCHASE INTENTIONS* PADA  
PRODUK PRIVATE LABEL**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh:

**Maria Rosari Sikteubun**

**NIM. 12010117140140**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2022**