

**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 INDONESIA)**



**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**