

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Pelanggan Maybelline 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:

**Dwi Septiani**

**NIM. 12010120140314**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2024**