

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA
MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi pada Konsumen Mahasiswa Pengguna Laptop Asus di
Universitas Diponegoro)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

MUHAMMAD HAMID MA'RUF

NIM. 12010119130188

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2024