

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER*
EXPERIENCE, PRODUCT UNIQUENESS, DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP *PURCHASE*
DECISION MELALUI *PURCHASE INTENTION*
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

(Studi Pada Fitur Nike By You Dalam Website Nike)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

FARROS ADAM ARIFIN

NIM. 12010121140315

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**