

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA
PRODUK, *INFLUENCER MARKETING*, DAN
CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DENGAN
BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi pada Konsumen Kedai Kopi Fore Kota Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

MUHAMMAD RAFI HENDRA PUTRA
NIM. 12010121140253

FEB UNDIP

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2025