

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK,
PERSEPSI KUALITAS, DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI PERSEPSI NILAI SEBAGAI
INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Honda Freed 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 :

**AGVI RAMADHAN KURNIAWAN
NIM. 12010111130083**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015**