

**ANALISIS PENGARUH HARGA, DAYA TARIK IKLAN DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK SARI ROTI DENGAN VARIABEL  
INTERVENING CITRA MEREK**

**(Studi pada konsumen yang menggunakan produk Sari Roti di Kota  
Semarang)**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh:

**AGNI KUDANG PRAMUDITYA**

**NIM. 12010114130167**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2020**