

**ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENINNG
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi Di Kota Yogyakarta)**

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRODUCT DESINGN, PRODUCT
QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASING DECISIONS
WITH BRAND IMAGE AS AN INTERVENING VARIABLE
(Study of Xiaomi Smartphone users in Yogyakarta City)***



**oleh :
Agung Mahardika
20150410098**

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

**ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENINNG
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi Di Kota Yogyakarta)**

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRODUCT DESINGN, PRODUCT
QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASING DECISIONS
WITH BRAND IMAGE AS AN INTERVENING VARIABLE
(Study of Xiaomi Smartphone users in Yogyakarta City)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Progam Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



oleh :
Agung Mahardika
20150410098

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**