

PENGARUH *ATTRIBUTE PRODUCT* DAN *PERCEIVED PRICE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* SMARTPHONE SAMSUNG

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Akhir Strata Satu**

Disusun Oleh:

TAUFIQ YUSUF SUWARSA

MN117211013



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS INFORMATIKA DAN BISNIS INDONESIA
BANDUNG
2021**