

PENGARUH *BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED PRICE, DAN SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE IPHONE* DI INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

KEIZHA HAYA ATIQAH SARJONO

1401180333



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2022**