

PENGARUH *BRAND TRUST*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI DI KABUPATEN KEBUMEN

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa : Bagas Nova Pradana
NIM : 175503195
Program Studi : Manajemen S1

**UNIVERSITAS PUTRA BANGSA PROGRAM
STUDI MANAJEMEN (S-1) KEBUMEN
2023**