

**PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP
PREFERENSI MEREK PADA KASUS KENDARAAN
MEWAH DI INDONESIA : MENGGUNAKAN CITRA
MEREK DAN EKUITAS MEREK SEBAGAI
MEDIATOR**

Oleh

Muhamad Handika Hidayatullah

NIM. 183402094

SKRIPSI

**untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan/Program Studi Manajemen**



**JURUSAN/PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2024**