

PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *BRAND IMAGE*, DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION SMARTPHONE iPhone*

(Survei pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI



AURORA WIDYA IKA JUNITA

NIM. 141210168

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *BRAND IMAGE*, DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION SMARTPHONE iPhone*

(Survei pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana

Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



AURORA WIDYA IKA JUNITA

NIM. 141210168

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

YOGYAKARTA

2025