Pengaruh Pemasaran Iklan, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Niat Pembeli pada *Smartphone* Xiaomi pada Masa Pandemi Covid-19

Disusun Oleh:

Jeffri Parulian

20151111174

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

Program Studi Manajemen

STIE INDONESIA BANKING SCHOOL

2021