

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI *HUNGER MARKETING*,
*BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP
PURCHASE INTENTION*
(Studi Kasus Smartphone Xiaomi)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk memenuhi salah satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2019**