ANALISIS PENGARUH BRAND REPUTATION, BRAND COMPETENCE, DAN BRAND LIKING TERHADAP TRUST IN BRAND PADA KONSUMEN WINDOWS PHONE NOKIA DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

R. Yudha Adi Putro

NIM C2A008227

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2013