ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *BRAND EQUITY* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Suzuki Ertiga di Kota Semarang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

RENGGANIS PUSPITA RESI
NIM. C2A007102

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013