PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE

(Studi Pada Pengguna iPhone 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:

DARMAWAN WICAKSONO
NIM. C2A009239

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013