

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS*,
BRAND ASSOCIATIONS, *PERCEIVED QUALITY*,
DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP MINAT
BELI TELEPON SELULER NOKIA**

(Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

FERY ADHI SETYAWAN

NIM. C2A005049

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010**