

**PENGARUH CITRA MEREK, PEMASARAN
PENGALAMAN, DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi pada Pengguna Telkomsel di Kota Semarang)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Sarjana Strata-1 (S-1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

KEVIN SUSANTO PUTRO

NIM. 12010118140319

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022