

ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SELF EXPRESSIVE BRAND* TERHADAP *POSITIVE WORD OF MOUTH* MELALUI *BRAND LOVE* PADA NATASHA SKIN CARE DI KOTA SEMARANG



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Pascasarjana (S2)
pada Program Pascasarjana Magister Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro**

Disusun oleh:

**Cahya Kurnia Saraswati
NIM 12010115410034**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017**