PENGARUH BRAND PERSONALITY DAN KAMPANYE TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH DENGAN BRAND EQUITY KANDIDAT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Empiris Pada Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kebumen 2015)

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
Memperoleh derajad sarjana S – 2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro

Oleh :

Paulus Widiyantoro
NIM 12010114410052

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2016