

**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**