

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK IKLAN
DAN KELOMPOK ACUAN TERHADAP
PERPINDAHAN MEREK LAPTOP TOSHIBA
DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Eks-Pengguna Laptop Toshiba di Kota Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

MUHAMMAD HAIDAR HANIF
NIM. 12010112130105

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017**