

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN
PERSONAL SELLING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
HUMAN DIAGNOSTIC
(Studi pada PT.Putra Airlangga Medika)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

ENGGAR WIEM SEMBODO PUTRO

NIM. 12010112140318

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016