PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN PROMOSI PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG

(Studi Kasus Pada Pengguna Handphone Samsung di Kalangan Mahasiswa Undip)

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

FAVIAN FIRWAN FIRDAUS
NIM. 12010111130096

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015